ARAU
ACTION URBAINE

Actes de la 49e ÉCOLE URBAINE DE L'ARAU (19>25 mars 2018)

Le bruit de la ville

La ville événementielle en question

Benjamin Pradel, Sociologue, consultant-chercheur à Kaleido'Scop

N.B. *Le texte suivant est tiré de la retranscription d'une intervention qui a été enregistrée le 23 mars 2018 à l'occasion de la 5e soirée de l'École urbaine.*

Cette présentation illustre une partie des travaux et des réflexions menés depuis 2010 sur la question de la ville événementielle et sur ce l'impact de la ville événementielle sur nos espaces publics. Cette réflexion est conçue en trois temps :

1. Pourquoi la ville événementielle ? Pourquoi aujourd'hui ?
2. Qu'est-ce qui s'y déploie ? L'histoire de la relation entre la ville et l'événementiel.
3. Qu'est-ce qu'un événement ?

Pour introduire l'exposé en images, voici une place de Montréal (ici le Festival International de Jazz de Montréal), datant de 2013. On peut observer qu'elle a été entièrement conçue pour les festivals, pour l'accueil de l'événementiel. Pourquoi l'événementiel est-il aujourd'hui un fort levier de développement urbain, de production de la ville ? On assiste à un formidable développement des actes festifs. Mais l'événementiel, ce n'est pas forcément la fête, et la fête, ce n'est pas forcément le festival. Et ce sont des concepts qu'on a tendance à mélanger.

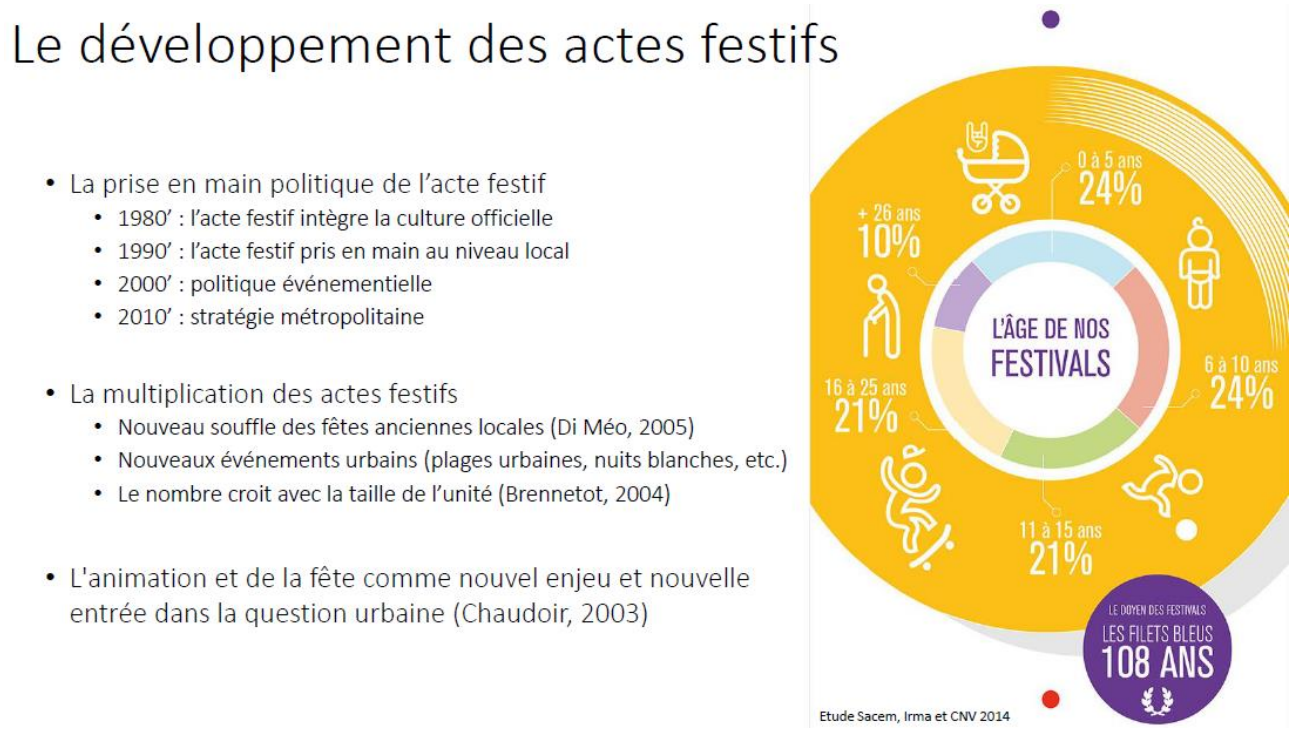
Depuis les années 1980, en France (et on peut faire un parallèle avec ce qu'il se passe en Belgique), l'acte festif est devenu un sujet politique. La prise en main de l'acte festif a donc commencé en France, dans les années 1980, lorsque l'idée même de la fête a été intégrée à la culture officielle, c'est-à-dire à la culture d'État. Le ministère de la Culture a voulu prendre en main la fête. C'est notamment sous le ministère de Jack Lang que le développement de la fête de la musique a eu lieu, c'est la plus forte illustration de cette question. Auparavant, la fête était plutôt un objet populaire, ludique et non pas culturel. Dans les années 1990 avec la décentralisation, le renforcement des pouvoirs municipaux et locaux, la fête a été prise en main par le niveau local. La fête est devenue une manière d'animer les centres-villes à un moment où il y a eu un fort questionnement sur l'attractivité des centres-villes, avec la fermeture de commerces et le délitement de la vie sociale. L'acte festif a été vu comme étant un couteau suisse permettant, d'animer de rénover, de renouveler, l'activité urbaine dans un contexte de montée de la problématique de l'activité touristique et du développement du commerce. Jacques Chirac dans les années 1990 en tant que maire de Paris avait déclaré qu'il voulait que Paris soit une ville festive 24h/24, et le plus souvent dans l'année. Cet acte festif a pris de l'ampleur et dans les années 2000, il s'est mué en une forme de politique événementielle. C'est une politique qui comprend l'intégration de ces ensembles d'actes festifs, mais tout en ajoutant la production de nouveaux actes festifs qui n'avaient plus rien à voir avec ce que l'on appelait la « fête ». Car le sens sociologique de la fête, c'est la subversion des normes existantes. Dans les années 2000, les municipalités des grandes métropoles notamment, ont commencé à lancer une politique événementielle. C'est durant ces années-là qu'ont été créés les bureaux des grands événements. Le mot « événementiel » est alors apparu dans les attributions de certains échevins, élus, adjoints au maire, chargé de mission à la culture, au tourisme et *à l'événementiel*. Dans beaucoup de villes est donc apparu ce type de poste ou d'intitulé. La liaison de ces trois catégories était tout à fait nouvelle. L'événement est devenu un véritable levier urbain. Dans les années 2010, l'événement a en effet été présenté comme un nouvel enjeu de la question urbaine et de la fabrique de la ville, dans une stratégie métropolitaine de rayonnement international, d'attractivité extérieure, d'image.

Depuis les années 1980, les actes festifs se sont donc multipliés. Plusieurs chercheurs, géographes ont travaillé sur la question de l'origine de cette multiplication. Aujourd'hui ce n'est plus du tout *has been* d'aller boire une bière et manger un bout à la fête du boudin, à la fête de l'orge, à la fête du blé, à la fête du camembert… Il y a des fêtes de tout. De plus, avec les patrimoines culinaires et locaux, il y a des fêtes partout, tant dans les petites que les grandes localités. Il y a un renouveau des fêtes anciennes y compris celles des Saints-Patrons, qui reprennent du souffle aujourd'hui. Par exemple, à Lyon, la fête des Lumières est avant tout une fête de la Vierge Marie : on revient aujourd'hui sur cette symbolique pour argumenter un ancrage de la fête, traditionnelle et patrimoniale. Il y a bien sûr aussi des créations *ex nihilo,* de nouveaux événements urbains : les plages urbaines, les nuits blanches, les grands festivals de musique, et les foires de Noël. On s'aperçoit, quand on analyse les statistiques, que le nombre d'événements croît avec la taille de la ville. C'est ce qui a fait dire à Philippe Chaudoir[1], dans un travail remarquable sur la fête, les arts de la rue et l'espace public[2], que la fête, à l'instar de

[1] Philippe Chaudoir, « Spectacles, fêtes et sons urbains », Géocarrefour [En ligne], Vol. 78/2 | 2003, mis en ligne le 06 juin 2007, consulté le 13 décembre 2018. URL : http://journals.openedition.org/geocarrefour/265 ; DOI : 10.4000/geocarrefour.265

[2] Philippe Chaudoir, « Discours et figures de l'espace public à travers les arts de la rue », Avril 2000, Essai.

l'architecture et du patrimoine, est une nouvelle entrée dans la question urbaine et notamment politique. Aujourd'hui, il y a très peu d'actes festifs ou d'événements qui n'ont pas de public. Il y a peut-être un engouement générationnel, mais malgré tout assez général pour le *live*, l'expérientiel, la sensation… C'est souvent dans la fête qu'on retrouve tout cela. Les gens râlent parce qu'ils sont dans la foule, parce qu'il faut faire la file et que ça n'avance pas… Mais on s'y rend quand même. Il y a donc très peu d'événements qui n'ont pas de public.



En Belgique aussi, les festivals sont en plein boom. Les chiffres démontrent que le public croît de manière exponentielle. Cela pose des problèmes quant à la capacité des villes et des territoires à

accueillir ces publics. On passe de la fête à l'événement urbain festif. C'est un concept, « l'EUF »[3], avec un brouillage des frontières dans la démarcation entre le loisir et la fête, entre ce qu'on appelle, comme l'a expliqué en 2005 Laurent-Sébastien Fournier[4], le loisir récréatif et la fête comme subversion des normes, le tout au service de la gestion, de l'aménagement et de l'attractivité de la ville.

L'anthropologue Michelle Perrot disait dès 1982 que la fête se mue en manifestation et que la manifestation a emprunté à la fête son rituel[5]. On distingue aussi les « mégas événement » (jeux olympiques, coupes du monde…) des événements urbains festifs, c'est-à-dire, les événements cycliques, annuels qui reviennent chaque année au même endroit. Cette arrivée des événements urbains festifs suit la transformation de l'acte festif. Les thèmes des anciennes fêtes sont modifiés, on se rattache de plus en plus à des thèmes païens, culturels, ludiques, avec une laïcisation des rites, et une dimension corporelle hédonique qui est clairement mise en avant. C'est le cas des plages urbaines, on se met tout nu dans la ville : c'est tout à fait hédonique, corporel. Les festivals musicaux sont souvent arrosés de bière. Pour la laïcisation des rites, prenons l'exemple la foire Bruxelloise *Plaisirs d'hiver* qui ne sont pas les plaisirs de *Noël*. Pour en avoir bien étudié les ressorts en 2010, l'échevin au tourisme de l'époque, qui est depuis devenu le bourgmestre, disait qu'il ne voulait pas qu'il y ait de connotation religieuse dans cet événement. Malgré cette relative laïcisation des rites, on garde les sapins, les cadeaux, les crèches…

On observe donc un un mélange des genres, les « objets festifs » sont de plus en plus polymorphes. Par exemple, pour les plaisirs d'hiver, on peut faire de la luge, du patin à glace, on peut manger une pomme d'amour, des frites, on peut faire de la grande roue, regarder un spectacle de son et lumière, visiter une crèche… C'est tout un ensemble d'activités dans un cadre imaginaire qui agrège des symboliques quasi-opposées : montagne, neige, chalets, glace, etc. mais au cœur de la ville. Comme les plages urbaines… Il y a aussi des mélanges à d'autres niveaux : il existe des activités marchandes et associatives, payantes et gratuites. Par exemple, pour le Festival International de Jazz de Montréal, il s'agit de concerts gratuits à l'extérieur, dans l'espace public, mais gérés par une société privée qui est propriétaire de l'ensemble de salles de concert privées et payantes, qui sont dans le périmètre de la ville où a lieu l'événement. L'un alimente l'autre.

On observe aussi et surtout un allongement des fêtes dans l'espace et dans le temps, ce qui nous renvoie à la thématique du bruit. Un acte festif est une subversion des normes à un moment donné très court (carnaval par exemple). Aujourd'hui, les Plaisirs d'Hiver c'est un mois, le Festival de jazz, lui, dure une semaine et quand on met bout à bout tous les festivals qui ont lieu dans le quartier de Montréal c'est plus de deux mois et de nouvelles animations se déploient en hiver pour couvrir presque tout le calendrier. Les plages urbaines c'est un mois. On assiste à une colonisation de plus en plus grande de l'espace-temps urbain par l'événementiel.

L'événementiel est un nouvel enjeu urbain. Pour comprendre, il faut revenir sur la théorie du développement métropolitain. Il y a un renouvellement des leviers de l'attractivité des métropoles et des villes, ainsi que des centralités, c'est-à-dire des lieux multifonctionnels qui attirent et diffusent. Par exemples, un méga supermarché en périphérie est une centralité commerciale, un centre-ville est

---

3 Monica Miranda, *L'événement urbain festif : vers une gestion de site exploratoire sur l'espace public ? Les cas de Nantes et de Bordeaux*. Thèse de Géographie. Université Paris-Est, 2010. Français. <tel-00561875v2

4 Crozat Dominique, Fournier Laurent Sébastien, « De la fête aux loisirs: événement, marchandisation et invention des lieux », Annales de géographie, 2005/3 (n° 643), p. 307-328. DOI : 10.3917/ag.643.0307. URL : https://www.cairn.info/revue-annales-de-geographie-2005-3.htm-page-307.htm

5 Perrot M. (1982), « La ville en mouvement. Fêtes et manifestations », Ethno-logie française, 12/2, Anthropologie culturelle dans le champ urbain.

une centralité touristique économique. Aujourd'hui, les leviers d'attractivité des villes reposent sur une *image identifiante*. Autrement dit, la production d'une image participe à une forme de marketing urbain. On vend une image de la ville pour attirer, pour la rendre désirable. Avant on parlait de centralité fonctionnelle : on mange, on dort, on travaille, ce sont les fonctions. Aujourd'hui on parle aussi de l'importance de la centralité symbolique, il s'agit de l'image véhiculée, l'ambiance, l'atmosphère. C'est quelque chose qui est plus immatériel et c'est là-dessus que l'événement joue beaucoup. Ensuite on assiste à un renouvellement du regard qui est porté sur l'économie urbaine. Avant, l'économie territoriale était surtout productive. Pour pouvoir calculer la richesse d'un territoire, on regardait la production, quels étaient les biens matériels qui étaient produits et quels étaient les salaires qui y étaient reversés, ainsi que la valeur des entreprises. Aujourd'hui, il y a un autre pan de l'économie qui est plus immatériel, autrement dit : qu'est-ce qu'en termes d'image la ville peut attirer comme « bons » travailleurs, « bonnes » entreprises, « bons » capitaux… Il y a également le côté créatif, car les industries du spectacle, des arts, culinaires, de la mode… représentent ce que les villes veulent attirer. Et puis il y a l'aspect présentiel, c'est-à-dire qu'on calcule la valeur d'un territoire en fonction des dépenses de consommation que les habitants, mais aussi, les visiteurs, les touristes font sur ce territoire. Dans le cadre de sa capacité à attirer des visiteurs extérieurs, l'événementiel est entendu comme étant un levier de production de la richesse des territoires. Le renouvellement de l'action politique se saisit aussi de l'évènementiel. En effet, quand les finances sont en berne, on produit alors des choses moins chères, mais qui font très vite beaucoup d'images et de bruit. Les mandats municipaux sont de plus en plus courts. Il faut arriver à créer de l'engouement et mener des actions qui soient rapidement visibles. Si on n'est pas réélu, c'est le suivant qui reprendra à son compte toutes les réalisations qu'on aura conçues.

Il y a un renouvellement de l'action politique aussi parce que la valeur du vivre ensemble est désormais mise en avant. Des questions de concertation, d'urbanité, d'être ensemble, de fabrique de l'entre soi, du bien-être, de la civilité… sont fortement utilisées pour parler des objectifs de l'action politique dans une société qu'on décrit un peu vite comme très individualiste. Avant, l'action politique était fortement centrée sur le développement économique. Aujourd'hui le bien-vivre ensemble en ville est une problématique importante. Lorsqu'on met en place un événement festif, il y a beaucoup de monde, les gens se rassemblent, se frottent, se touchent, discutent, se mettent un coup d'épaule, partagent une bière… Tout cela c'est de l'urbanité. Cette urbanité est valorisante pour l'action politique. Encore faut-il que tout se passe bien… et l'encadrement et la préparation de la ville pour l'événement l'inscrit comme levier d'aménagement, notamment des espaces publics.

L'événementiel, un nouvel enjeu urbain

- Renouvellement des leviers d'attractivité et de centralités
  - Marketing urbain, centralité symbolique et image de l'urbanité
  - « Image identifiante » (Augé, 2004)
- Renouvellement du regard porté sur l'économie urbaine
  - Créative, présentielle, immatérielle
  - L'alibi culturel : culture populaire et produit culturel
- Renouvellement de l'action politique
  - Finances, mandats courts, partenariats, visibilité
  - Valeurs du vivre-ensemble
- Renouvellement de l'aménagement urbain
  - Aménagement temporel, temps long des projets
  - Importance de l'espace public

« Bruxelles célèbre pour ses animations de Noël ? Voilà un objectif qui semble se combler, année après année avec cet événement » (2006)

« Grâce au relais des tour-opérateurs, cet événement a une influence sur le tourisme en provenance des États-Unis, d'Allemagne et de Suisse ! » (2005)

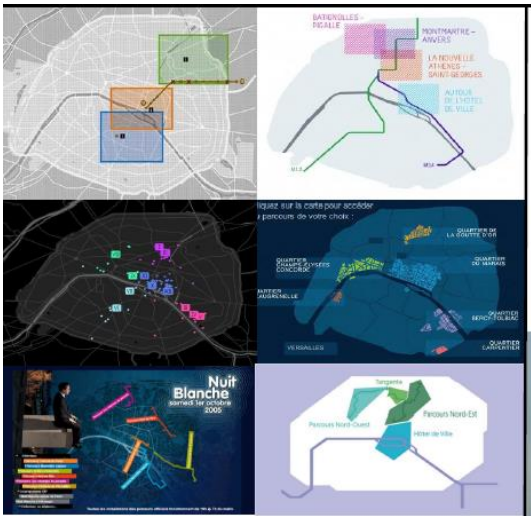
les festivals « font le bonheur des Montréalais et la réputation de Montréal partout dans le monde » (2009)

« Souhaitons à cette nouvelle édition de soutenir au maximum le tourisme et la fréquentation du secteur Horeca bruxellois » (2016, www.horecabruxelles.be)

« L'édition 2009 de Nuit Blanche est un nouveau rendez-vous avec cette fête populaire et audacieuse » (www.paris.fr)

Enfin, on observe un renouvellement des leviers et des outils urbains. Il y a aussi la question l'aménagement temporel et de la programmation des rythmes urbains temporels qui sont de plus en plus importants.

Quels impacts ont les événements sur nos espaces publics ? En termes de symbole, il y a énormément de choses à dire. Cela s'illustre notamment par l'événement « Plaisirs d'hiver ». Je le classe comme événement mono-centré puisqu'il se déroule à un endroit précis. On s'aperçoit que cette centralité symbolique hivernale universelle, elle est précisément là. La ville disparait, c'est à cet endroit-là qu'il faut être et pas ailleurs, c'est là qu'on fait centralité. Seuls les marqueurs du patrimoine restent dans la représentation cartographique. En effet, il y a la bourse, la Grand-Place, les galeries et l'église



La fête, entre intégration et ségrégation urbaine

Cohabitation à l'échelle métropolitaine et distribution symbolique de la centralité

Mise en scène de la ville : quels quartiers pour quel objectif ?

Sainte-Catherine. La mise en scène événementielle de la ville est choisie selon des espaces symboliques importants.

Dans ce cas-ci, il y a un fort renforcement de la centralité historique de Bruxelles. La deuxième illustration est celle des Nuits blanches à Paris, elle montre que la fête est polycentrique. C'est-à-dire qu'elle se déploie sur différents quartiers de la ville avec des parcours. Le choix de ces parcours n'est pas anodin. En effet, si on intègre ou ségrége un quartier en éclairant ou pas certains espaces - la « nuit blanche » le dit bien. Choisir les lieux de la fête c'est choisir les lieux de la ville que l'on veut mettre en avant. C'est aussi choisir où se passe le cœur battant de la cité officielle pendant l'événement. Il y a une problématique d'intégration des lieux, mais aussi une ségrégation festive des espaces et de l'accessibilité. Cette centralité symbolique n'est pas anodine et elle se distribue à l'échelle métropolitaine.

Pendant les plaisirs d'hiver, on réalise que l'aménagement événementiel est temporaire. Mais il se professionnalise de plus en plus avec des outils, des méthodes, des savoirs faire, des techniques organisationnelles… Cet urbanisme temporel festif déploie des fonctions éphémères commerçantes, mais aussi un poste de la croix rouge, des lieux pour se restaurer, des fonctions ludiques, des lignes de bus avec des arrêts particuliers… L'urbanisme temporaire de la ville événementielle crée aussi un renversement. Effectivement, il y a initialement une place, mais quand on la regarde on a l'impression que c'est une rue piétonne au centre, une sorte de boulevard urbain, avec les voitures sur le côté. On transforme la morphologie et les fonctions des lieux. On y déploie du mobilier temporaire. Par exemple, pour Paris Plage, les mobiliers ont été spécialement conçus par les services municipaux de la ville. Depuis les années 2000, les entreprises de chalets rencontrent un succès énorme. C'est un business florissant tout comme les entreprises de piscines urbaines. Une cellule « lumières » se constitue, les Plaisirs d'hiver illustrent parfaitement cela. Le soir la ville est illuminée complètement différemment de la ville habituelle. Ce n'est pas anodin, il y a des compétences derrière, des savoir-faire pour un urbanisme de l'éclairage. Toute une réorganisation des déplacements est également impliquée. Beaucoup d'activités économiques en découlent. Se déploie un aménagement événementiel des espaces publics avec des acteurs marchands plutôt privés, qui n'ont habituellement pas le droit d'être présents dans l'espace public, mais que l'on autorise exceptionnellement dans le

cadre d'un événement festif. Il y a les forains mais aussi les sponsors qui sont visibles à des endroits dans lesquels ils n'ont normalement pas le droit d'être. Par exemple Electrabel est sur la Grand Place pour son show son et lumières, sachant que tous les éléments patrimoniaux interdisent la publicité. C'est la même chose pour Paris plage sur les quais de Seine, bien que ce soit classé au patrimoine mondial de l'UNESCO. Les sponsors sont des entreprises qui offrent des services à la ville et en échange ils ont le droit de communiquer sur leur présence dans un espace patrimonial, là ou normalement c'est prohibé.

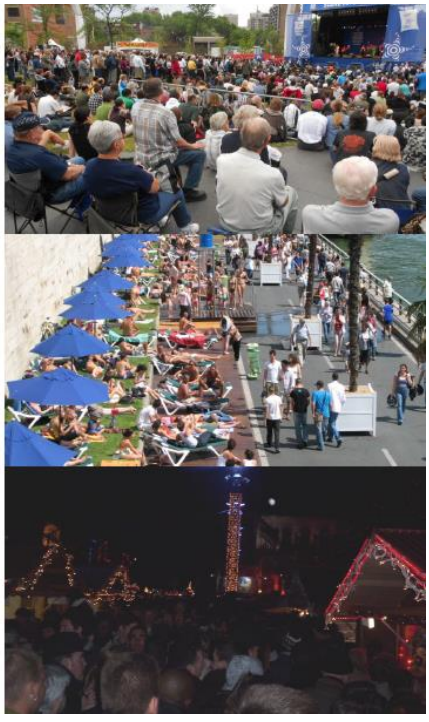
Un certain nombre d'activités sont gratuites dans beaucoup d'événements, notamment au Festival de jazz de Montréal. Les sponsors sont bien présents, et par exemple une grande marque de bière a un monopole sur l'espace périmétrique du Festival de jazz. Si quelqu'un boit une bière qui n'est pas labélisée « Festival international de jazz », il se voit signifier de la vider par terre. Ces aménagements temporaires s'inscrivent de plus en plus dans la fabrique à long terme des espaces publics. Par exemple, dans le quartier des spectacles de Montréal, se déroulent depuis maintenant trente ans plusieurs festivals. Dans les années 1980, des festivals de jazz et de la francophonie se sont déroulés dans les dents creuses et dans les espaces abandonnés par les promoteurs, car dans les villes nord-américaines, les centres-villes étaient désertés. Dans les années 2000, les promoteurs lorgnent sur ces dents creuses, en se disant qu'il y a des opportunités immobilières. Ces deux festivals sont gérés par « Spectra », une association pour partie publique et une entreprise pour partie privée. Spectra menace de partir à Boston ou Chicago si on construit sur les dents creuses, et Montréal, ville des festivals, ce serait terminé. On a donc convoqué un grand rassemblement de tous les acteurs culturels et on a déclaré Montréal « métropole créative ». On construit le quartier des spectacles, c'est-à-dire que la ville rachète l'ensemble des espaces vacants, terrains vagues, et les réaménage en espaces publics événementiels pour pouvoir préserver la place des festivals. Il y a une fontaine au ras du sol qui fonctionne seulement en période hors événements, elle permet de maximiser l'achalandage des publics. Il y a des réseaux enterrés qui aspirent les déchets, qui amènent l'eau, de la fibre optique pour les télévisions, de l'électricité avec des intensités différentes qui permet de réguler l'ensemble des festivals qu'ils soient petits ou grands. Il y a une régie centrale qui peut tout commander à distance. Chaque espace est un lieu de scène, de spectacle qui reste comme ça durant l'année et qui pendant les festivals se transforment en buvettes, petits restaurants, endroits pour se poser… Si on cherche encore, cet aménagement temporaire, qui s'inscrit dans les espaces publics, produit ainsi un quartier des spectacles : c'est la tarte à la crème de la ville créative. La narration touristique, c'est-à-dire l'histoire de la ville à travers le tourisme et le loisir, vont s'inscrire dans la programmation urbaine et

créer un quartier avec des commerces, des édifices culturels, des habitats de bon standing… Cela bouleverse un espace qui était plutôt underground, et où il y avait beaucoup de créativité. Les petites salles se mettent maintenant en périphérie de la ville et elles se remplissent, notamment parce que c'est là qu'il y a la création (et que c'est accessible en voiture).

L'événement participe à la fabrication de l'espace public. On va s'intéresser maintenant aussi à l'urbanité, au vivre ensemble événementiel. Ces événements ont pour particularité de mettre en scène une urbanité attractive, festive et normative. Il y a deux approches en terme sociologiques, on parle de « foule » ou de « public ». Au début du siècle, on parlait de foule pour désigner des gens qui ont une sorte d'identité collective et qui fonctionnent comme étant un seul groupe. Le public, on l'étudie plutôt au niveau des interactions qui se passent à l'intérieur de ce groupe. Bien souvent l'approche événementielle essaie d'avoir ces deux visions. On observe combien de personnes sont venues, et plus il y en a plus il faut arriver à les canaliser, les organiser. On parle de scénarios festifs, de dramaturgie des espaces, de parcours pour arriver à analyser cette foule. Mais c'est aussi un public qualitatif composé d'enfants, de personnes âgées, d'hommes, de femmes, de personnes à mobilité réduite… D'un côté, il y a une normalisation de l'urbanité, car on veut cadrer cette foule festive qui fait peur et de l'autre côté il y a une publicisation des espaces publics, car on augmente la fréquentation et implicitement la diversité des gens qui y sont. Donc entre normalisation pour cadrer la foule et publicisation de la fréquentation on retrouve les deux pôles de la fabrique de l'urbanité événementielle. C'est une urbanité qui est idéalisée, on veut que le public soit un acteur de l'événement, qu'il soit ambassadeur, consommateur et aussi spectateur. On veut que ce public soit sécuritaire, mais convivial. L'idée est de parer à toutes ces péripéties auxquelles la foule peut être confrontée dans une ville et qui font peur. On construit donc les publics. À Paris plage, c'est plutôt un public acteur : si les gens ne se mettent pas en maillot et ne se mettent pas à bronzer, alors ça ne marche pas. Aux plaisirs d'hivers, c'est plutôt un public consommateur, c'est un marché : si les gens n'achètent rien, ça ne marche pas. Pour les festivals musicaux, c'est plutôt un public spectateur, si les gens ne viennent pas, ça ne marche pas non plus. Cette fabrique de l'urbanité normative est organisée, pensée. Cette organisation de la fréquentation nous amène à nous demander si nous sommes face à des supers espaces publics ou des espaces publics au rabais. Des « Supers espaces publics », car le directeur de la direction générale à l'événementiel et aux protocoles disait en 2007 : « Il vaut mieux avoir un arrêt cardiaque, perdre son conjoint ou se faire voler son sac à main sur Paris plage que

La fabrique d'une urbanité événementielle

- La mise en scène de l'urbanité
  - La foule quantitative : Scénario, dramaturgie, parcours
  - Le public qualitatif : Visiteur, touriste, habitant, etc.
  - Entre normalisation et publicisation
- Une urbanité idéalisée
  - L'idéal d'un public à la fois acteur, consommateur et spectateur
  - L'idéal d'un public sécuritaire et convivial
  - L'objectif de parer à toutes les péripéties de la foule festive
- La construction des publics
  - Paris Plages, un public acteur
  - Plaisirs d'Hiver, un public consommateur
  - Festivals musicaux, un public spectateur



n'importe où ailleurs, car sur Paris plage on est sur de résoudre le problème. » ! On parle de « super espace public ». En effet, il y a plus de surveillance, plus de propreté, plus de sécurité, plus de végétaux, plus de bien-être… Cela pose question, surtout lorsque ces super espaces publics cachent la misère ou du moins, la compense par l'abandon de l'espace public au quotidien.

On organise aussi les flux piétons. Il y a des interdictions temporaires dans ces espaces (pas de voitures, pas de vélos), et parfois il faut faire de grands détours pour arriver à sa destination. On ne peut pas apporter ses boissons alcoolisées ni ses animaux. On a des fouilles des sacs à l'entrée pour la sécurité. On a une privatisation de l'ordre public. En Amérique du Nord, les organisateurs de festivals paient des patrouilles de police pour avoir une surveillance. Il y a également des membres du personnel qui incarnent l'organisation, et qui font office de présence rassurante et de surveillance. C'est une autre manière de concevoir ces espaces. Il faut parfois engager des vigiles privés, car pendant les vacances il n'y a pas toujours assez de policiers municipaux. Il y a aussi des agents de propreté dédiés au site, on a des équipes de médiateurs sur les Plaisirs d'hiver, des stewards et des régisseurs pour chaque espace. On a donc un ensemble d'agents qui participent à une cosurveillance. Cela est de plus en plus géré par une nouvelle structure incorporée aux municipalités. La gestion urbaine de ces espaces événementiels est aux mains de ces structures expertes pendant un moment précis. Elles coordonnent l'ensemble des acteurs sur le site, que ce soit les services de la culture, services des espaces verts, de la santé. Ce qu'il y a de positif, dans la ville événementielle, c'est que tous les services techniques et urbains se parlent et se coordonnent pour faire des espaces publics globaux. Ces structures expertes existent aussi à Paris sous le nom de « bureau des événements » qui sont intégrés à « la délégation générale de l'événementiel et du protocole », apparue en 2001 après les scandales des frais de bouche de Jean Tiberi, maire de Paris de 1995 à 2001 (les frais de bouche sont les frais de réception payée par la délégation générale de l'événementiel et du protocole). À Bruxelles, il y a « le bureau des grands événements » qui est apparu en 2005. Il s'est mué en « Brussels Major Event » en 2012. En 2002, Freddy Thielemans a voulu agrandir le marché de Noël de la Grand-Place pour en faire une grande fête populaire et touristique. Il a demandé à l'organisation qui s'occupait déjà du marché de lui faire des nouvelles propositions. Le résultat était satisfaisant et le chiffre d'affaires très bon. Une partie de son staff, et notamment le directeur, est alors intégré à la municipalité. C'est ainsi que le bureau des grands événements est né. Il avait un discours assez entrepreneurial, ce n'était pas un service public, il fallait que ce soit rentable, qu'il y ait un équilibre, voir même un bénéfice pour pouvoir réinvestir pour l'année suivante.

La gestion de la ville événementielle

- Des structures expertes
  - DGEP et Bureau des Evénements (Paris)
  - Bureau des Grands Evénements (2005) et BME (2012) (Bruxelles) : *« gérer le contenu et l'organisation des grands événements pour la Ville de Bruxelles au niveau communal »*
  - Partenariat du Quartier des Spectacles (Montréal) + BDF

BME
BRUSSELS MAJOR EVENTS

- Une délégation de la gestion urbaine
  - Autonomie décisionnelle grandissante
  - Sortie temporaire des espaces publics du régime commun
  - Intégration d'acteurs privés dans l'organisation des espaces publics
  - Encadrement normatif des usages des espaces publics
  - Objectif de pérennisation des événements voire d'équilibre/rentabilité économique

PARTENARIAT DU QUARTIER DES SPECTACLES MONTRÉAL

À Montréal, on a le quartier des spectacles et un bureau des festivals qui dépend de la ville. Le bureau des festivals traite les festivals et fêtes hors du quartier des spectacles depuis que ce dernier s'est doté, pour son fonctionnement, du Partenariat du Quartier des Spectacles. La ville est représentée dans le partenariat du quartier des spectacles à côté des commerçants, de certaines associations, des habitants. On est sur du parapublic. Ces structures-là, celles qui ont pour fonction de gérer l'événementiel urbain, se multiplient dans les métropoles. Elles ont une autonomie décisionnelle grandissante dans les espaces festifs. Les espaces publics événementiels sortent temporairement du régime commun des espaces de la ville, qui encadrent les usages, et ont un objectif de pérennisation des évènements. C'est pour cela que la ville évènementielle n'est pas la ville, ou plutôt une autre ville. Tout cela débouche, comme le disait David Harvey en 1990, sur la spectacularisation de la ville et de l'espace comme moyen d'attirer certaines catégories de population, telles que les visiteurs, les touristes… Au-delà de créer une appétence pour un cadre de vie amélioré, on veut aussi faire parler de la ville afin de montrer que la Ville de Bruxelles est active et attractive.

Au niveau économique, l'idée est d'arriver à trouver un équilibre pour une cohabitation avec cette ville évènementielle. Elle n'a pas que du mauvais, les touristes ne sont pas seuls à participer à la ville évènementielle, les habitants aussi. Entre l'économie de la consommation et l'économie de la production, on voit arriver une sorte de tissu intégré à l'évènement dans lequel les acteurs de la culture arrivent à trouver leur place comme ceux qui travaillaient dans les théâtres viennent travailler dans les espaces publics, mais aussi fournir du matériel, des aménagements urbains.

Economie

Le forain, le commerçant et l'association, entre complémentarité et concurrence :
Vers un tissu économique intégré et inclusif

Temps

De la ville événementielle 365/24 à la programmation temporelle de la ville :
Penser un urbanisme temporel concerté

Sociabilité

Nous sommes tous le touriste d'un autre, nous sommes tous l'habitant d'un autre :
Penser le touriste contre l'habitant, tout contre

Espace

L'exception événementielle entre compensation et amélioration de la ville ordinaire
Penser un urbanisme temporaire au service du quotidien

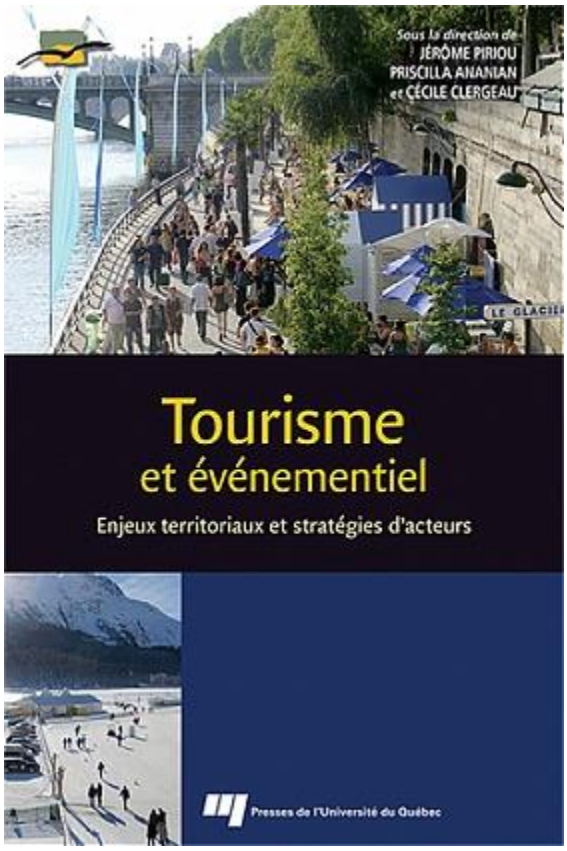
Cette économie évènementielle et culturelle est-elle inclusive ? On se demande quelle est la place des associations et des gens qui ne sont pas forcément inclus dans ce système alors qu'il produit une richesse certaine qui pourrait être travaillée par des formes de contractualisation avec d'autres types d'acteurs comme les entreprises.

Au niveau du temps, la ville événementielle vit trois cent soixante-cinq jours par an et vingt-quatre heures sur vingt-quatre tout en étant programmée. En effet, on ne met pas des évènements bout à bout dans l'espace public pour faire toujours plus. L'idée est de faire un urbanisme temporel. Il faudrait se

concerter pour déterminer quand est-ce que la ville doit être animée. Quand est ce qu'on lui laisse des plages de repos ? Où ces évènements doivent-ils se produire ?

Au niveau de la sociabilité, on est tous le touriste ou l'habitant d'un autre. L'idée c'est que l'on peut être habitant chez soi tout en étant perçu comme un touriste à quelques pâtés de maison. On peut être touriste dans une ville et finalement y rester plus d'un mois dans un AirBnB et se mettre ainsi dans les chaussons d'un habitant. Le touriste recherche l'authenticité et l'habitant recherche le dépaysement à côté de chez lui. L'évènement participe à ce brouillage et donne une réponse sur cette volonté de dépaysement à proximité pour l'habitant.

L'exception événementielle est entre la compensation et l'amélioration de l'ordinaire : aujourd'hui, on veut un espace public qui soit le support d'usages multiples. On ne veut plus le support de fonction, mais d'usage. Ces usages sont en partie événementiels et festifs, donc ils sont pensés pour l'événement et les festivités. Il ne faut pas que cette pensée-là prenne le pas sur la qualité de la pensée des espaces publics au quotidien. Il faut donc trouver l'équilibre dans l'hybridation de l'espace public.

Pour aller plus loin lire les publications :

- *Tourisme et événementiel, enjeux territoriaux et stratégie d'acteurs*
- et *Touristes et habitants, conflits, complémentarités et arrangements*