

QUAND LE MARKETING TOURISTIQUE ET FESTIF VISITE BRUXELLES

**Par Marion Alecian,
Directrice de l'ARAU
(Atelier de Recherche et d'Action Urbaines)**

Alors que les impacts négatifs du surtourisme sont désormais bien connus des villes (difficultés d'accès au logement dans les centres historiques, perte de commerces de proximité, surexploitation et privatisation de l'espace public), il serait tout à fait lucide de repenser les politiques touristiques bruxelloises à partir de l'existant, comme tout projet de ville le revendiquerait aujourd'hui. Or, à Bruxelles, les initiatives publiques actuelles, quand elles sont franchement orientées « marketing territorial », reproduisent des modèles obsolètes, contraignant fortement le droit à la ville. Petit tour d'horizon des effets pervers des politiques touristiques... Et des revendications porteuses de méthodes plus démocratiques !

Introduction : La ville habitée face aux politiques d'attractivité

Faire de Bruxelles une marque. Vendre une identité bruxelloise pour attirer les investisseurs étrangers et développer l'exportation de produits made in Brussels. Les récentes ouvertures de « Brussels Houses » à l'étranger (Milan et Barcelone en 2023) ainsi que la campagne « Dare to be Brussels¹ » promue par Visit Brussels en collaboration avec la chambre de commerce BECI, lancée la même année, confirment que la grande tendance internationale du marketing territorial est bien implantée et soutenue par les autorités bruxelloises. Ces stratégies qui utilisent l'image de la ville comme un moyen d'expansion économique en prenant le parti de figer un storytelling-type bruxellois et d'artificialiser une identité, accompagnent un mouvement parallèle et à l'œuvre depuis une vingtaine d'années dans notre ville-région : l'ambition politique de remettre Bruxelles dans la carte des city-trips incontournables, en la branchant sur le circuit des villes festives et animées.

Bruxelles s'exerce donc avec enthousiasme aux mécanismes de marketing urbain qui capitalisent sur les méthodes de city branding pour augmenter l'attractivité de la ville-région. Et cette orientation de la politique touristique bruxelloise, embarquée dans un processus bien formaté, inquiète l'ARAU pour ce qu'elle impose à la ville habitée et en ce qu'elle contrevient aux principes élémentaires du droit à la ville. Non que l'ARAU ne

partage pas l'importance de l'attractivité de la ville et de la défense de Bruxelles : c'est un des piliers de ses revendications historiques. Mais cette défense du milieu urbain s'inscrit dans une tout autre perspective : celle de favoriser une ville animée en premier lieu par ses habitants qui, en tant que citoyens, ne soient pas exclus des décisions liées aux grands projets urbains, dont culturels et touristiques. Ces principes démocratiques en mémoire, il est intéressant de mettre en exergue trois grandes tendances pour ne pas dire dérives liées aux politiques d'attractivité clairement à l'œuvre à Bruxelles tout en dégagant les pistes de réponse et d'action à mener pour rétablir un équilibre en faveur de la ville habitée !

Tendance n°1 : simplifier l'identité d'un lieu/d'un quartier/d'une ville.

Contre-projet de ville : refuser les zonings touristiques et penser la viabilité du logement

En matière de tourisme, grande est la tentation, d'un point de vue communication et planification, d'attribuer à un quartier une identité spécifique, pour jouer sur cette spécialisation et en faire une destination touristique-commerciale phare. Et nombreuses sont les villes à avoir historiquement misé sur des quartiers de musées pour répondre à des ambitions culturelles d'une part, mais aussi et de plus en plus pour rencontrer les aspirations des touristes. Enjeu : capter un maximum de visiteurs et faciliter la création rapide d'une certaine carte mentale du paysage

urbain visité. Bruxelles n'échappe pas à la règle et le quartier du « Mont des Arts » en constitue un témoignage historique plutôt précurseur, d'un point de vue toponymique. Le Plan Régional de Développement Durable actuel reprend dans ses objectifs « la promotion de l'identité spécifique des quartiers », entre autres pour la portée touristique générée par cette vision².

Si cette approche peut être intéressante quand elle est mesurée et ajustée, l'ARAU a toujours eu à cœur d'expliquer que, même culturel et touristique, un zoning monofonctionnel reste néfaste pour l'habitabilité de la ville. La concentration d'activités culturelles et muséales peut même s'avérer encore plus délétère pour la ville qu'un zoning de bureaux. Pour preuve, à Bruxelles, la densité d'habitants est encore moins importante au Mont des Arts que dans le quartier européen ! Si l'on s'accorde sur le principe que la ville ne doit pas être qu'un décor de visite ou de travail mais avant tout un lieu de vie, toute situation monofonctionnelle est anti-urbaine. Il convient donc que les autorités publiques régulent aussi cette dérive monofonctionnelle au lieu de la conforter, pour systématiquement préserver un cadre de vie habitable : logements abordables, espaces publics accessibles, commerces de proximité.

« LA CONCENTRATION D'ACTIVITÉS CULTURELLES ET MUSÉALES PEUT MÊME S'AVÉRER ENCORE PLUS DÉLÉTÈRE POUR LA VILLE QU'UN ZONING DE BUREAUX. »

La mixité des fonctions et des usages est aujourd'hui admise comme une évidence dans les objectifs de tout projet de ville. Aucune raison d'exclure les centres historiques de cette logique vertueuse. Reprenons quelques combats urbains illustrant cette revendication, au Mont des Arts justement. C'est dans cette perspective de mixité d'usages de la ville que l'ARAU a par exemple récemment (et difficilement) tenté de faire entendre sa voix pour refuser l'implantation du nouveau « musée du Chat » au Mont des Arts (entre le Musée de instruments de musique et le Palais des Beaux-Arts), pour promouvoir une vision de déconcentration muséale, qui réponde aux ambitions de décentralisation des circuits touristiques par ailleurs invoquées par les autorités régionales. C'est aussi avec cette pensée de l'inclusion de l'habitat que l'ARAU continue inlassablement de demander la reconstruction de logements le long de la rue Montagne de la Cour, entre le Musée Magritte et le Musée fin de siècle... en lieu et place de maisons historiques qui n'auraient jamais dû être démolies et de terrains qui, suite à de longues luttes, ont finalement juridiquement maintenu une fonction d'habitat. Et c'est encore avec cette philosophie de mixité d'usages que l'ARAU soutient le maintien d'une diversité commerciale, contre la généralisation des projets horeca. Une évolution

de plus en plus invasive qui s'immisce même dans des contextes de maîtrise foncière publique : le sort des bouquinistes de la galerie Bortier, propriété de la Ville de Bruxelles, priés de faire place à un projet de food court souhaité par les autorités locales, vient malheureusement, entre autres exemples, confirmer cette tendance.

Tendance n°2 : jouer sur le terrain de la branchitude et miser sur la politique festive

Contre-projet de ville : éviter la concentration événementielle et arbitrer les tensions en faveur de l'environnement habité

Tant au niveau régional que communal, cette fin de législature bruxelloise a, sans tabou et avec grande franchise, mis en évidence l'attachement des élus à l'image d'une Bruxelles festive. Le grand combat politique de ces derniers mois pour inscrire le « clubbing » au patrimoine immatériel bruxellois en danger, à protéger d'urgence, ou encore les différents soutiens publics au lobby privé du milieu de la nuit (initiative « 24HBrussels³ » soutenue par la Région) sont venu conforter encore un peu plus la grande inégalité du rapport de force entre habitants et comités d'un côté, et acteurs privés et publics du « milieu festif », de l'autre.

Tout le monde, l'ARAU compris, ne peut être que partisan de l'importance d'une ville « animée » et personne ne peut ni ne veut défendre l'image d'une ville dortoir. Une fois ce plat constat posé, il

faut rappeler que l'animation d'une ville découle en premier lieu des habitants qui y vivent ; il faut alors accepter de penser la cohabitation des fonctions et des usages de la ville. L'affronter dans sa complexité, avec les mesures politiques qu'elle implique : ne jamais accepter qu'un quartier devienne inhabitable et refuser la banalisation des nuisances environnementales sous prétexte de défense des lieux et quartiers festifs.

Or, si les élus aiment rappeler que tout l'enjeu est de trouver un point d'équilibre entre les usages de la ville, rares sont les arbitrages politiques qui viennent véritablement protéger en premier lieu les habitants. Pour des questions d'image et de communication, on préfère capitaliser sur une « coolitude ». La faible qualité des débats médiatiques sur un sujet comme celui de la fermeture possible du Fuse, boîte de nuit mythique des années 1990⁴, a montré à quel point il est complexe de défier les discours politiques jouant sur l'identité festive de Bruxelles. Le cas du Fuse est symptomatique d'une absence de soutien de la Ville envers les habitants sur les questions de nuisances sonores, déjà mise à jour par le comité de quartier Saint-Géry au début des années 2010, quartier également en proie à la pollution sonore et à la dérégulation de l'exploitation des cafés et terrasses. Le Fuse, qui niait pourtant les plaintes des habitants depuis plusieurs années et ne respectait pas les règles environnementales en vigueur, a finalement trouvé ses meilleurs avocats du côté des « responsables » politiques locaux et

régionaux qui en ont fait une affaire d'Etat ! La reconnaissance du clubbing en tant que patrimoine immatériel protégé ayant été actée en conseil des Ministres, avec une rapidité de soutien et de suivi que la patrimoine immobilier classique a quant à lui rarement expérimenté...

Autre incidence néfaste de cette vision événementielle de la ville, assez évidente mais très peu régulée : celle de son impact sur les espaces publics (dont parcs) de la Région. La Ville de Bruxelles a, ces dernières années, animé avec beaucoup de ferveur sa politique festive, pilotée entre autres par son asbl Brussels Major Events qui la rend opérationnelle, politique largement soutenue par Visit Brussels.

Les projets de rénovation d'espace public dont celle du piétonnier ont accompagné ce mouvement de plein fouet... et de plain-pied : créer des grands espaces minéralisés et sans différence de niveaux (suppression des trottoirs classiques) pour permettre l'accueil de grands événements. S'ajoute à ces transformations matérielles la constitution d'un agenda de festivités à intervalles les plus réguliers possibles, et avec le moins de vides temporels (le nombre de visiteurs étant au cœur de la motivation de cette stratégie). Les espaces publics se voient donc accaparés par une fonction répondant aux besoins et envies de visiteurs et de leurs flux, et de plus en plus souvent privatisés à cette fin, même quand la



Photo : La Bourse de Bruxelles

gratuité des événements est de mise, pour des questions de gestion et de sécurité. Les usages de l'espace public en ressortent restreints et moins libres, la flânerie moins gratuite, la fonction de séjour non mercantile de moins en moins confortable pour les habitants. Sans oublier que la fonction festive est aussi venue déforcer la fonction politique et civique de la ville : la transformation des boulevards du centre ayant exclu de leurs usages possibles les manifestations ! L'impact des plaisirs d'hiver dans tout l'hyper centre ou encore ceux des festivals prenant place sur la place De Brouckère font s'élever les voix d'anciens et nouveaux comités contre la pollution et l'encombrement de l'espace public.

Face à l'expansion de cette politique événementielle, en ce compris dans les zones de quiétude que sont les parcs (Bois de La Cambre, parc d'Osseghem), l'ARAU a proposé un meilleur encadrement des grands événements, payants ou non, par le biais d'un cadastre événementiel qui permettrait de mieux répartir dans le temps et dans toute la Région l'occupation des lieux publics. L'idée n'étant pas de décentraliser les nuisances, le cadastre doit impliquer les habitants et permettre de répondre à leurs plaintes. Il convient de ne pas exclure les citoyens bruxellois de cette fabrique culturelle de la ville, ce qui permettrait sans nul doute de gagner en qualité et diversité.

Tendance n°3 : miser sur les grands projets et des « effets Bilbao » revisités

Contre-projet de ville : exiger un débat public et de la transparence sur tous les grands projets culturels

On se souvient (pour certains) des nombreux débats bruxellois autour de la re-création et d'une nouvelle implantation d'un musée d'Art moderne, autour des années 2010 : face aux multiples propositions politiques et aux visions architecturales mégalos (entre autres du côté du Cinquantième) débattues en toute opacité, l'ARAU a toujours plaidé pour un entretien de l'existant et une meilleure exploitation (réouverture au public...) des collections d'Art moderne difficilement abritées aux Musées Royaux des Beaux-Arts⁵. Faute d'accord et de moyens, la situation a continué de s'empirer pour les collections d'Art moderne pendant les quinze dernières années, mais le gouvernement bruxellois s'est finalement accordé en 2016 et en huis clos à investir dans la réhabilitation de l'ancien garage Citroën au profit d'un grand projet culturel exemplaire, « Kanal », de nouveau sur base d'une recette déjà un peu ancienne plus ou moins assumée, celle de « l'effet Bilbao » : créer une nouvelle infrastructure culturelle d'envergure internationale (musée Guggenheim) pour provoquer une revitalisation d'un territoire présumé en déshérence. Sans s'attarder sur la pertinence du programme urbanistique et culturel de ce projet, c'est l'absence de transparence sur le montage du projet qui est fort critiquable. Fruit d'une décision politique, ce grand projet urbain n'a jamais été débattu publiquement ou fait l'objet de réunions d'informations en amont de

l'investissement. Ne serait-ce que par son coût (on parle actuellement de près de 400 millions d'Euros), et son empreinte sur la ville (superficie de près de 40.000m²) Kanal aurait mérité une plus grande participation citoyenne. D'autant plus que c'est bien grâce à un travail de sensibilisation associatif et citoyen que le garage a historiquement échappé à la démolition...

Inauguré en septembre 2023 dans la Bourse, le Belgian Beer World ne découle pas d'une meilleure maturation démocratique. Si la majorité politique se complait dans le constat que ce bâtiment emblématique ait enfin été « rendu aux Bruxellois », la critique est cependant assez unanime, côté citoyens bruxellois, sur l'absence de pertinence quant au choix d'affectation en musée de la bière. Une fonction touristique qui n'est d'ailleurs aujourd'hui plus réellement mise en avant par le politique (aveu d'échec ?), pour faire plus de place, dans les discours, à un autre pan du projet, à savoir la création d'une galerie passante publique des boulevards du Centre à la Grand Place.

Dans un débat électoral sur le patrimoine, fin mai 2024, le Bourgmestre de la Ville de Bruxelles se félicitait de cette restauration de la Bourse en signalant que le plus complexe, pour un bâtiment à valeur historique, est de trouver une nouvelle affectation et les moyens financiers qui la permettent. Pourquoi donc se priver

« LES ENJEUX SUR LA DESTINATION ET LA VIABILITÉ D'UN LIEU INTÉRESSE ET CONCERNE LE CITOYEN BRUXELLOIS. »

d'un débat public sur le sujet ? Pourquoi, au lieu d'avoir directement négocié avec les Fédération des brasseurs belges, ne pas avoir inclus les habitants dans la définition d'un projet véritablement culturel ? A l'heure où l'attractivité du musée

de la bière est loin d'être évidente, cette question mérite d'être à nouveau posée, au cas où un nouveau programme serait envisagé. Les enjeux sur la destination et la viabilité d'un lieu, qui plus est emblématique et d'envergure régionale, intéresse et concerne le citoyen bruxellois. Certains avaient projeté un musée du capitalisme, l'ARAU y voyait une fonction politique (le parlement ou gouvernement régional).

Le contexte de travail sur « Brussels 2030 » bicentenaire de la Belgique et peut-être capitale européenne de la culture invitent à sérieusement réfléchir sur les objectifs et le public visé. Les premières initiatives mises en place (« Brussels 2030 Summer Assembly⁶ ») vont plutôt dans le bon sens. Comment remettre la ville habitée au cœur de ces programmes culturels ? Probablement en prenant le parti de capitaliser sur les ressources associatives et citoyennes déjà-là et qui font la richesse première du tissu culturel bruxellois !

Conclusion – Pour une fabrique touristique à partir de l'existant !

La richesse et pluralité du patrimoine matériel et immatériel bruxellois ne

nécessitent pas de créer de nouveaux musées phare ou geste architecturaux forts, mais ont surtout besoin d'un investissement public dans l'entretien et soutien à l'existant. Le mantra urbanistique « faire la ville sur la ville », dans une optique de sobriété et de résilience, doit aussi s'appliquer au tourisme et aux politiques d'attractivité de la ville. L'ARAU s'y est engagé depuis 55 ans en développant un tourisme urbain alternatif et engagé : la création de visites guidées critiques vues comme un outil d'amélioration de l'environnement habité et d'approfondissement du contrôle démocratique. Développons donc une marque de fabrique non-artificialisée de Bruxelles pour qu'elle reste un lieu de vie accessible et un outil d'émancipation sociale. La ville habitée avant la ville visitée, c'est nourrir en interne une fierté de sa ville, qui alimente de fait et durablement son attractivité !

1. « Les villes du monde entier se font de plus en plus concurrence pour attirer les talents, les investissements et les touristes. C'est pourquoi, en 2021, la Région de Bruxelles-Capitale a lancé un projet ambitieux de marketing territorial et de branding. 18 mois de recherche, d'analyse de la concurrence, de travail avec différentes parties prenantes et citoyens ont été nécessaires pour créer une plateforme de marque stratégique. A Bruxelles, nous vous mettons au défi d'être vous-mêmes : « we dare you to be yourself ». Ce site présente notre nouvelle marque internationale et tous ses outils pratiques. Il est conçu pour aider les bruxellois et les partenaires impliqués dans la promotion de la ville à raconter l'histoire de Bruxelles d'une seule et même voix. <https://www.internationalbrand.brussels/fr/home>
2. « Parmi les différentes actions à entreprendre en matière de tourisme, à travers un large partenariat avec les acteurs publics et privés concernés, il convient de poursuivre la promotion de certains quartiers en leur donnant une identité spécifique : « quartier de la mode », « quartier de l'Art nouveau », « quartier européen », « quartier du centre-ville », « le Heysel » (Neo) ou encore le « quartier des musées. » (p.98 du PRDD) https://perspective.brussels/sites/default/files/documents/prdd_2018_fr.pdf
3. <https://www.citytools.be/fr/24hbrussels>
4. « affaire » en 2023 : <https://www.arau.org/fr/le-droit-a-la-ville-nest-pas-a-vendre-et-la-sante-des-habitants-nest-pas-negociable/> <https://www.arau.org/fr/lexpropriation-ou-comment-evacuer-la-recherche-de-la-cohabitation/>
5. Voir l'analyse de l'ARAU de 2011, « Bruxelles-Bilbao, même combat ? » <https://www.arau.org/fr/tout-projet-de-nouveau-musee-d-art-moderne-doit-d-abord-faire-l-objet-d-un-debat-public-dans-lequel-le-point-de-vue-regional-doit-s-affirmer/>
6. <https://molenbeekforbrussels2030.eu/fr/participez-a-la-brussels2030-summer-assembly-2023/>