



HAL
open science

Ville et loisirs : les usages de l'espace public

Jérôme Monnet

► **To cite this version:**

Jérôme Monnet. Ville et loisirs : les usages de l'espace public. *Historiens et géographes*, 2012, 419, pp.201-213. halshs-00734514

HAL Id: halshs-00734514

<https://shs.hal.science/halshs-00734514>

Submitted on 22 Sep 2012

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.

VILLE ET LOISIRS : LES USAGES DE L'ESPACE PUBLIC

Jérôme MONNET

Université Paris-Est / Lab'Urba / Institut Français d'Urbanisme

City and Leisure : The Uses of Public Space

Abstract : Implemented for fun in the free time left by domestic or work obligations, the leisure activities offer an analytical prism for the production of public space, which appears as result at the crossing between social practices such as the street spectacle or the promenade on one side, and the interventions of public authorities or the economic actors, on the other.

Résumé : Les loisirs, activités de plaisir exercées dans le temps laissé libre par les obligations professionnelles ou familiales, offrent un prisme d'analyse de la production de l'espace public. Celui-ci apparaît au croisement des pratiques sociales telles que le spectacle de la rue et la promenade d'une part et des interventions des autorités publiques ou des acteurs économiques d'autre part.

Introduction

Dans cet essai sur les usages de l'espace public par et pour les loisirs, nous tâcherons d'analyser comment ce type d'espace est utilisé par des usagers de la ville pour y réaliser leurs activités de loisirs (leur « temps libre », dont nous verrons plus loin à quoi il est occupé). Après avoir adopté le point de vue de la « demande » sociale de loisir et d'espace, nous aborderons les transformations de l'espace public par des acteurs politico-administratifs ou économiques destinées à y déployer un certain type « d'offre » de loisir afin d'en tirer un profit en terme de légitimation ou de rentabilité. L'intérêt pour la demande conduit à observer la production spontanée de l'espace public par les usagers qui utilisent pour leurs loisirs toutes sortes d'espaces, y compris publics et même s'ils ne sont pas destinés à cela (en particulier les rues). La perspective de l'offre ouvre sur la production volontariste par les grands acteurs d'espaces dédiés aux loisirs, comme les parcs, les plages et leurs avatars marchands et/ou festifs.

L'émergence du public comme acteur récepteur et comme espace de réception

L'espace public est nécessairement urbain du fait de la condition d'anonymat réciproque (Petonnet 1994). C'est en effet là où l'on rencontre *habituellement* des inconnus, où l'on s'attend à croiser essentiellement des étrangers ; ceci le distingue aussi bien des espaces familiaux (le foyer, le lieu de culte, l'espace de travail quotidien où l'on retrouve des gens avec qui on a des liens forts) que des espaces communautaires¹ où l'on rencontre des gens avec qui on a des liens faibles (le village, le quartier, l'ensemble résidentiel ou le marché du coin).

Dans l'histoire culturelle, l'époque où l'adjectif « public » devient un substantif pour désigner le groupe d'individus récepteurs d'une œuvre littéraire ou artistique² coïncide avec celle où les espaces de circulation commencent à être représentés comme une scène où le public se donne à voir en spectacle, à ses propres yeux. Aussi la catégorie « espace public » émerge-t-elle dans l'histoire occidentale en Europe et dans ses colonies au cours des temps modernes synchroniquement avec l'identification d'usages ludiques de cet espace.

1 Lofland (1998) parle d'espaces « paroissiaux » (*parochial*) pour ces espaces communautaires, intermédiaires entre les espaces de l'intimité (*privacy*) et les espaces de l'anonymat (*public realm*)

2 Voir la rubrique « public » du *Trésor de la langue française informatisé* (<http://atilf.atilf.fr/tlfi.htm>)

L'adjectif « ludique » désigne ici l'ensemble des activités de loisir, c'est-à-dire déployées pour le repos ou le plaisir de l'individu en dehors des espaces-temps consacrés au travail ou aux tâches ménagères y compris les approvisionnements utilitaires (étant entendu que ceux-ci s'entremêlent de plus en plus avec les autres approvisionnements, cf. Bondue 2004, Boquet & Desse 2010). On emploiera donc ludique dans un sens élargi par rapport à son sens strict, qui le limiterait aux jeux qui ne constituent qu'une partie des loisirs.

Pour simplifier, il est possible de différencier les plus anciens usages ludiques de l'espace public entre des usages réceptifs et des usages proactifs.

Le spectacle de la rue

Une longue tradition sociale reconnaît le « spectacle de la rue ». L'espace public apparaît alors comme une « scène » (métaphore qui connaîtra une grande fécondité théorique avec Goffmann 1973), l'espace-temps d'un spectacle qui s'offre à la vue de spectateurs, en suspendant la fonction circulatoire ordinaire de la voirie. La suspension de la circulation peut être improvisée et éphémère quand le passant interrompt son cheminement et se convertit en badaud face à une sollicitation imprévue (mais dont la probabilité d'occurrence est grande), comme les accidents de circulation, les disputes et « scènes de ménage », ou les animations offertes par des artistes de rue ou par des commerces (harangueurs, vitrines, sons et lumières). On observe aussi des suspensions organisées et périodiques de la circulation, lorsque la foule est convoquée par des autorités religieuses, corporatives, civiles ou militaires pour assister à une procession, un défilé, un carnaval ou une parade : parmi de nombreux exemples on peut citer les processions de la Semaine sainte dans les villes andalouses, les courses de chevaux du Palio à Sienne³, le 14 juillet sur les Champs Elysées de Paris, le défilé des écoles de samba lors du carnaval de Rio de Janeiro, la « *Rose Bowl Parade* » à Pasadena (Californie)...

Ces usages ludiques *réceptifs* ne sont pas simplement passifs, car ils impliquent que l'usager de l'espace public se mette « dans la peau » d'un spectateur, c'est-à-dire qu'il reconnaisse ce qui se passe dans la rue comme un spectacle digne d'intérêt et pas simplement comme un événement fugace dont il ne serait que le témoin accidentel (figure 1). Cependant, la division simpliste entre usages réceptifs et usages pro-actifs trouve ses limites lorsqu'on se penche sur le cas des « *encierros* » (lâchers de taureaux) lors des *Sanfermines* en Espagne. Dans ce cas, la majorité du public est invitée à se comporter en spectatrice ; néanmoins, une partie du public est aussi invitée à faire partie du spectacle, à en devenir actrice : il s'agit alors de s'arracher temporairement aux rangs du « public », de s'intégrer dans le flux des coureurs poursuivis par les taureaux avant de replonger, au dernier moment, derrière les barrières qui séparent les spectateurs des acteurs....

Promenade, flânerie, balade...

Cependant, au-delà de ce genre de cas-limite, on observe une pratique sociale répandue dans les villes du monde entier, qui convertit leurs habitants en acteurs proactifs d'un usage ludique de l'espace public : la promenade. Si le « badaud » caractérise l'usager de l'espace public qui se comporte comme un simple spectateur, le « flâneur » représente un type social, identifié par Baudelaire et étudié par Walter Benjamin (1939 : 14), qui utilise l'espace public non comme un instrument fonctionnel pour parvenir à des fins qui lui sont extérieures, mais comme un but en soi, dans un rapport constant avec la foule où le flâneur s'immerge et dont il suit les mouvements tout en l'observant.

3 <http://www.ilpalio.org/paliofrancese.htm>

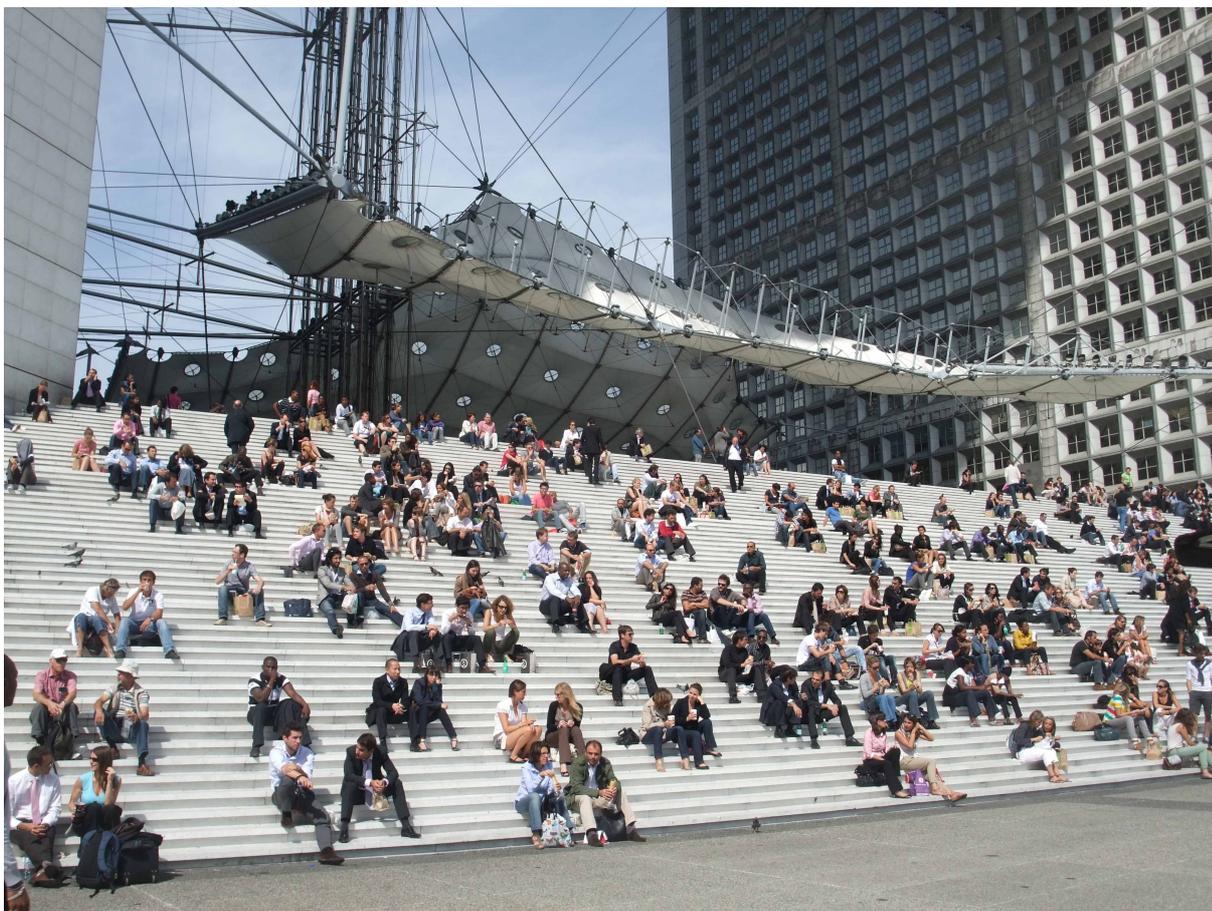


Figure 1 : L'espace public comme spectacle (cliché J.Monnet, août 2011).

L'escalier monumental de la Grande Arche de La Défense domine l'esplanade centrale du centre des affaires. Dès que les conditions météorologiques le permettent, de nombreux employés, clients du centre commercial voisin et touristes utilisent les marches pour s'y asseoir, s'y reposer, discuter entre amis ou collègues, prendre un repas ou une collation sur le pouce, fumer une cigarette et admirer la vue guidée par l'alignement des tours de bureaux vers le centre de Paris et l'Arc de Triomphe. Bien que non aménagé pour les loisirs, cet espace public est massivement détourné de sa fonction de piédestal par les pratiques sociales.

La promenade convertit donc d'abord l'espace public en destination. Des penseurs ont montré depuis le 18^{ème} siècle comment l'institution sociale de la promenade impliquait de retrouver des pairs dans des lieux reconnus pour y déployer une sorte de ballet de sociabilité. Goethe qualifiait ainsi le Corso de Rome en 1788, à la fois comme une forme spatiale (l'artère qui porte ce nom) et comme une forme sociale (la pratique qui donne sens à cet espace) :

« Cette promenade du soir, qui est brillante dans toutes les grandes villes d'Italie, et qui est imitée dans les petites, ne fût-ce qu'avec quelques voitures, attire dans le Corso beaucoup de piétons ; chacun vient pour voir et être vu » (cité et traduit par Gruet 2006 : 269).

Je fais l'hypothèse que l'espace public est devenu un but de promenade parce qu'il était déjà un spectacle aux yeux de la société de l'époque moderne : d'usager réceptif, chacun a pu devenir proactif et individualiser sa pratique. D'une part, l'institution d'abord aristocratique et bourgeoise de la promenade

(Castro 1864) a concerné progressivement toutes les catégories sociales, et peut être observée maintenant dans toutes les villes et une grande variété de lieux, contribuant ainsi à la progressive « publicisation » de différents types d'espaces : d'abord grand-rues et places, puis allées et jardins, enfin berges, forêts périurbaines, centres commerciaux. D'autre part, la diversification des lieux de promenade s'est accompagnée de celle des pratiques, la promenade canonique constituée par une lente déambulation (surtout en compagnie amoureuse, amicale ou familiale) étant maintenant juxtaposée à une grande variété de pratiques ludiques dont nombre de noms anglais montrent comment elles participent d'une massification mondialisée de l'espace public (*jogging, roller, skate, hip hop...*), sans toutefois cacher une grande hétérogénéité d'autres formes de loisirs mobiles (vélo, *parkour*) ou immobiles : pique-nique, pêche, pétanque, échecs, jeux de cartes (*cf.* Nunes 2012), etc. Cette diversification des usages réactualise d'ailleurs l'espace public comme spectacle, car chaque pratique contribue à multiplier les « événements » surgissant aux yeux des autres catégories d'usagers.

Lécher les vitrines

Enfin l'espace public est aussi, fondamentalement, un espace d'exposition de la marchandise. En témoignent les dispositifs qui permettent aux chalands de se faire une idée de ce qui leur est offert par les vendeurs : échoppe de l'artisan, étal, comptoir, présentoir, vitrine, et désormais écrans et publicités omniprésents. Il existe depuis longtemps des représentations sociales du rôle que joue le commerce dans le spectacle de la rue, comme l'illustre en 1883 *Au bonheur des dames*, roman d'Emile Zola où le grand magasin est présenté d'abord par la fascination que ses vitrines exercent sur les passants. Ceci préfigure le loisir qu'on appellera « lèche-vitrine » dans la seconde moitié du 20^{ème} siècle, au moment où les théoriciens constatent l'avènement conjoint de la « civilisation du loisir » (Dumazedier 1962 cité par Sue 2003) et de la « société de consommation » (Baudrillard 1970).

Dans ce cas encore, le rôle des chalands est loin d'être simplement celui de spectateurs, car ils deviennent des acteurs non seulement en achetant et en consommant dans l'espace public, mais aussi en créant de ce fait une animation qui constitue à son tour une attraction. En témoignent, parmi une foule d'autres, des événements comme la traditionnelle Braderie de Lille dont on fait remonter l'origine au 12^{ème} siècle⁴ ou les Marchés de Noël qui ont été multipliés récemment dans de très nombreuses villes de France, de Suisse et de Belgique⁵ et sur lesquels nous reviendrons en s'interrogeant sur la dernière évolution des rapports entre espace public, loisirs et urbanisme.

On a vu que le loisir, en tant qu'espace-temps de repos ou de récréation, avait participé à la construction sociale de l'espace public depuis l'époque moderne, dans la mesure où la notion même de public a impliqué une expérience partagée de lieux offerts en spectacle, soit dans la mise en scène de sa propre pratique sous l'œil d'un autrui composé d'inconnus, soit dans l'intégration à ce groupe d'inconnus pour regarder ensemble le même spectacle. L'espace public aurait donc la vertu, idéalisée par les théories politiques (Arendt 1988, Habermas 1996), de constituer un public.

Nous allons voir maintenant comment des acteurs spécifiques ont tenté d'organiser l'espace public en faveur de ces pratiques de loisirs afin d'en retirer une légitimation politique et/ou d'en faire un marché profitable. En effet, si le spectacle de la rue et la pratique de la promenade n'ont été conçus par personne et ont été mis en œuvre de façon spontanée par les usagers de l'espace public, des espaces ont été imaginés et construits depuis longtemps afin de favoriser et canaliser les usages de loisirs, voire de les transformer.

4 http://www.lavoixdunord.fr/Braderie-de-Lille/2008/07/21/article_il-etait-une-fois-la-braderie-de-lille.shtml

5 <http://noel.org/>

Les aménagements éphémères de l'espace public

Tout d'abord, la suspension de l'ordre de la voirie dominé par la circulation et l'échange de marchandises peut être « officialisée » par des autorités civiles, religieuses ou militaires durant l'espace-temps limité du trajet de la procession ou du défilé, limites marquées par l'installation d'aménagements éphémères. Les plus modestes de ces aménagements provisoires sont les barrières amovibles qui séparent le « public » du spectacle, comme lors des manifestations sportives organisées dans de nombreuses villes, et dont un bel exemple est fourni par les marathons urbains, devenus l'objet de circuits touristiques mondiaux⁶. Le caractère provisoire de ces installations n'interdit pas une certaine monumentalité, par exemple les tribunes et les barrières de sécurité montées à l'occasion d'une course automobile (comme le Grand Prix de Formule 1 de Monaco). Cela permet d'évoquer la monumentalité temporaire des arcs de triomphe et pavoisements éphémères qui étaient dressés à l'occasion des « entrées royales » sous l'Ancien Régime (Lardellier 1999) ou des « prises de possession » par les papes à Rome entre les 16^e et 18^e siècles (Gruet 2006 : 256-ss.).

Ces exemples montrent combien les formes pérennes de la voirie destinées à la circulation (rues, places) peuvent offrir une certaine plasticité donnant lieu à des formes plus ou moins organisées ou fugaces de loisirs. Néanmoins, les voies de circulation n'apparaissent pas communément comme des espaces de loisirs, à la différence des espaces dédiés.

Les espaces publics dédiés aux loisirs.

A Mexico, à la fin du 16^e siècle, c'est pour le loisir (*recreo*) des habitants que le vice-roi ordonne la création du premier jardin public de la ville, qui sera connu sous le nom de *Alameda* (peupleraie) et demeure jusqu'à nos jours un haut-lieu populaire⁷ (figure 2). Dans les villes occidentales, de tels jardins ouverts au public et destinés aux loisirs sont restés rares jusqu'au 18^e siècle, époque où les autorités donnent un accès libre à des jardins anciennement réservés (comme celui des Tuileries) et en créent de nouveaux. *L'Aventure des mots de la ville* (Topalov *et alii* 2010) montre l'émergence synchrone de nouvelles fonctions dans de nouvelles formes spatiales et verbales à l'époque des Lumières : la « promenade » ou *paseo*, le mail ou *mall* (où l'on jouait au maillet), l'avenue ou la perspective (*prospekt* en russe), ainsi que le boulevard (« rue-promenade »).

Nous avons vu antérieurement l'institution réciproque du public (et du peuple) et de l'espace où il se donne à voir à lui-même ; aux 18^e et 19^e siècles, c'est l'autorité publique qui se construit comme telle en se donnant le monopole de la production légitime d'espaces publics (Lempérière 1996). Progressivement, ceux-ci seront alors spécialisés fonctionnellement : la voirie pour la circulation, les places pour le stationnement, le marché ou la parade, les squares, parcs et jardins pour le repos (comme les Bois de Boulogne et de Vincennes créés et annexés à Paris sous le 2nd Empire), les équipements dédiés pour la « culture » (musique, théâtre, musées...) ou le sport (stades, piscines). A cet égard, la célèbre Promenade des Anglais à Nice apparaît comme un espace public spécialement aménagé pour la déambulation touristique mais restant ouverte à une circulation de transit ; en revanche, d'autres lieux publics aussi spécialisés ne se prêtent plus du tout à différents usages : on peut citer l'exemple du *Sambódromo* à Rio de Janeiro, cette avenue bordée de tribunes et entièrement dédiée aux défilés des écoles de samba en préparation ou à l'occasion du carnaval.

6 Par exemple, l'agence de voyage Thomas Cook dispose d'une organisation particulière pour cette activité : <http://www.marathon-thomascook.com/fr/>. Sur la sociologie des marathoniens, voir Bessy & Lapeyronnie 2009 : bien que ce ne soit pas le but de leur étude, il est possible d'en inférer le rapport très étroit que le développement de la pratique du marathon entretient avec les pratiques touristiques des classes moyennes et supérieures dans les processus d'appropriation des espaces urbains

7 http://www.pps.org/great_public_spaces/one?public_place_id=925



Figure 2 : L'espace public aménagé pour les loisirs (cliché J.Monnet, juin 2006).

Le jardin de la « Alameda central », dans le centre historique de Mexico, a été créé à la fin du 16ème siècle pour la récréation du public par l'administration du vice-royaume de la Nouvelle-Espagne. Depuis lors, il est resté un haut-lieu des loisirs dominicains, où se mêlent les classes populaires et les classes moyennes ainsi que les générations, et où la consommation festive accompagne la promenade en famille, les réunions d'amis, les rencontres amoureuses ou les activités sportives.

L'interpénétration du public et du privé

Dans les dernières décennies, les analyses des observateurs de l'espace public se sont focalisées sur ce qui est parfois appelé, de façon imprécise, sa « privatisation ». Celle-ci renvoie *stricto sensu* à une appropriation privée de l'espace public, ce qui est le cas de presque tous les usages, comme marcher, stationner sa voiture, avoir une conversation téléphonique, s'asseoir sur un banc ou manger un sandwich. Ce qui est en jeu, c'est plutôt la « marchandisation », c'est-à-dire une appropriation privative de l'espace public par un acteur qui en retire un bénéfice financier.

La relation entre loisir et espace public n'a pas échappé au phénomène de marchandisation, qui a pu être résumé par le terme « *disneyfication* » et considéré comme une grave menace pour l'existence ou l'essence de l'espace public (thèse représentée par Sorokin 1992). Il est cependant possible de distinguer plusieurs mouvements dans ce processus, qui le rendent plus complexe et moins univoque qu'au premier abord.

On a pu observer que les activités de loisir ont été des facteurs d'introduction de pratiques publiques dans des espaces privés. Ainsi, il a été abondamment décrit (comme en témoignent les thèses de Capron

1996, Didier 2000, Sabatier 2006, entre autres) comment les centres commerciaux et autres *shopping malls* ont évolué depuis une trentaine d'années vers le *fun shopping* ou *retailtainment* (contraction de *retail* et *entertainment*) en créant des espaces de circulation intérieure qui mimaient la morphologie de la rue et de la place pour y promouvoir la promenade. On peut considérer le *CityWalk* des studios Universal à Hollywood comme un archétype postmoderne de galerie commerciale voulant offrir toutes les aménités apparentes d'une « promenade urbaine ». Plus banal, le centre commercial *Ontario Mills Plaza* (comté de San Bernardino, Californie) valorise aussi son allée couverte d'une longueur d'un *mile* : « profitez de la forme de piste ovale du centre commercial pour marcher de 8 à 10h du matin⁸ » (c'est-à-dire avant l'ouverture de la plupart des magasins). Les activités culturelles (souvent des cinémas, mais aussi désormais des musées privés, cf. Sabatier 2006 pour Mexico ou Gravari-Barbas 2006 pour les Etats-Unis) et sportives (patinoires, piscines et autres infrastructures aquatiques, etc.), qui étaient auparavant l'apanage des pouvoirs publics, sont désormais de puissants attracteurs privés des usagers dans les centres commerciaux.

En sens inverse, des entreprises de toute sorte empiètent autant qu'elles le peuvent sur l'espace public pour en capter les flux d'usagers (panneaux ou écrans publicitaires, journaux gratuits, commerçants ambulants, comptoirs et présentoirs mobiles des magasins). Cela semble d'autant plus légitime que les activités en question peuvent être associées à des pratiques de loisirs : terrasses de cafés ou restaurants, vente de souvenirs touristiques ou d'aliments « festifs » (glaces, crêpes, gaufres, barbes à papa, bonbons, hot-dogs...), animations autour des vitrines des Grands Magasins lors de la période des fêtes, artistes de rue, etc.

Mais l'interpénétration du public et du privé s'observe également dans des espaces publics au travers de l'introduction par des entreprises de la thématique des loisirs associée à leur modèle de management, comme la compagnie Disney quand elle devient urbaniste (Didier 1999, 2000) ou quand un groupement d'entreprises se voit déléguer la gestion du quartier des loisirs de Times Square-Broadway à New York sous la forme d'un *Business Improvement District* (Gravari-Barbas 2006, Tonnelat 2007)

Le quatrième mouvement est celui de l'assimilation des codes des entreprises lucratives dans les pratiques des institutions publiques. Les autorités monnaient depuis longtemps des autorisations d'occupation (plus ou moins formelles et plus ou moins provisoires) de la voirie par des entreprises (terrasses, kiosques, marchés de Noël, tournages de films...) ou par des micro-entrepreneurs (stands, braderies, musiciens du métro, artistes de rue), au nom de l'animation festive des rues et places. Ce mouvement de marchandisation des loisirs est prolongé par les établissements publics culturels ou sportifs dont les boutiques ne cessent de se développer, voire qui mettent en place une véritable galerie marchande sur le modèle de celle qui donne accès à la locomotive d'un centre commercial ou à un parc d'attraction : on peut citer le Carrousel du Louvre, ouvert en 1993 à l'occasion de la rénovation du musée, la même année que l'ouverture de *Universal CityWalk* à Hollywood... Dans le même mouvement, plus récemment les institutions culturelles sans but lucratif ont poursuivi le déploiement de leurs activités dans l'espace public, soit en devenant les organisateurs de festivités extérieures (par exemple le Music Center de Los Angeles qui anime un festival en plein air⁹ dans Grand Avenue, qui le longe), soit en utilisant les ressources de la publicité pour communiquer sur leurs manifestations dans l'espace public (le Musée du Quai Branly, ouvert en 2006 à Paris, est le premier à avoir ainsi massivement occupé l'espace du métro).

8 « *Enjoy the oval track design of Ontario Mills for walking 8am - 10am daily* », <http://www.simon.com/mall/GuestServices.aspx?id=1258>

9 <http://www.musiccenter.org/visit/grandave.html>

L'urbanisme événementiel et l'espace des loisirs

La dernière évolution en date concernant l'espace public et les loisirs est représenté par une nouvelle modalité de l'intervention des autorités qui réoriente fortement leurs investissements, souvent dans le cadre de partenariats public-privé ou public-public. Si les « grands travaux mitterrandiens » des années 1990 à Paris (Pyramide du Louvre, Opéra-Bastille, Bibliothèque Nationale de France, Grande Arche de la Défense...) représentent l'apogée d'un urbanisme d'intervention monumentale dans l'espace public et l'offre de loisirs, à la même époque surgit ce qui aura beaucoup de succès par la suite : une intervention publique marquée non par la monumentalisation, mais par l'animation festive de l'espace (figure 3). L'archétype initial en est la Fête de la Musique créée en 1982 par le Ministère français de la Culture et qui depuis s'est mondialisée ; en 2002, une nouvelle équipe municipale à la Mairie de Paris reproduit et généralise ce coup de maître, en créant deux manifestations qui à leur tour s'exportent sur toute la planète : « Paris-Plage » et la « Nuit Blanche ».



Ce que l'on nomme désormais « urbanisme événementiel » (Pradel 2010, Miranda 2011) implique que les investissements publics cessent de se porter exclusivement sur des infrastructures pérennes (voirie ou équipements) pour se reporter en partie sur l'espace-temps d'un événement. Il s'agit de créer un espace public de loisir provisoire : cela dure le temps d'une nuit dans le cas de la « Nuit Blanche », où s'exprime clairement l'interpénétration du public et du privé, non seulement dans le financement de l'opération, mais

aussi et surtout dans le fait que des artistes sont invités à créer des œuvres ou à les installer dans l'espace public de circulation ou dans des lieux publics habituellement dédiés à d'autres fonctions (églises, piscines...) tandis que des institutions culturelles ou des monuments habituellement fermés ou d'accès restreints font « portes ouvertes ».

Dans le cas de Paris-Plage, l'événement dure le temps d'un été et implique une transformation plus lourde du paysage urbain. Ainsi, la voie sur berge habituellement et exclusivement dédiée à la circulation automobile rapide voit cette fonction totalement suspendue pendant qu'on y installe une « Promenade des Anglais » provisoire avec aires de sable, pontons de bois, chaises longues, palmiers, douches rafraîchissantes, jeux de plage, vendeurs de glaces et de sodas, drapeaux qui claquent au vent... Des moniteurs veillent à ce que l'énorme succès populaire et touristique ne laisse pas de place à l'expression de conflits : Pradel (2010) montre que les rapports de « drague » y révèlent des enjeux d'opposition de classe entre jeunes « parisiennes » et bandes « de banlieue ». Ce succès a conduit la Mairie de Paris à étendre l'expérience, en particulier en ouvrant un second site important sur le bassin de la Villette. Dans ce nouveau site, on peut observer que l'organisation des loisirs par les autorités publiques et leur association avec la consommation par les sponsors privés se fait au détriment des usages spontanés, car les habitués (joggeurs, promeneurs de chiens, pêcheurs et autres joueurs de pétanque) se voient empêchés par la foule et les infrastructures provisoires de réaliser leur pratique pendant les heures d'ouverture, tout en étant interdits d'accès pendant les heures de fermeture par des barrières et les gardes d'une société privée de surveillance...

Sur un mode beaucoup plus modeste, mais aussi beaucoup plus répandu, les animations et marchés de Noël offrent un autre exemple d'urbanisme événementiel producteur d'un espace-temps de loisir et de consommation.

Conclusion

Comme on le voit avec ces exemples, tout concourt à une certaine confusion des genres, d'une part entre loisir et consommation en ce qui concerne les pratiques sociales et la demande, d'autre part entre service public et management privé en ce qui concerne l'offre de loisir. Sans surprise, on découvre alors que l'espace public, fidèle à son rôle dans la société, apparaît ainsi comme son reflet symbolique, l'espace de représentation des contradictions et des dynamiques qui transforment les villes. De ce fait, l'espace public entretient un rapport plus complexe qu'il n'y paraît avec les loisirs, du fait de la plasticité de leur déploiement dans le temps et dans l'espace (figure 4).

D'une part, l'évolution des modes de vie amène aussi à moins différencier le « temps libre » des autres temps. Quand nous nous déplaçons, ou lors de pauses éparées dans la journée de travail, nous pouvons en effet consacrer à nos activités de loisirs une plus ou moins grande partie de notre attention et de notre énergie (lire, surfer sur Internet, papoter avec des proches, écouter de la musique ou des informations...). Nous pouvons profiter du trajet domicile-travail pour faire de l'exercice (en général, du vélo), dans les villes où il est possible de se doucher et de se changer sur son lieu d'emploi (comme en Allemagne). Inversement, nous pouvons également introduire des activités professionnelles dans l'espace-temps domestique, du repos ou des transports (comment résister à consulter ses courriels ou à répondre aux appels?), reconfigurant ainsi sans cesse les frontières (Belton 2009).

D'autre part, les contestations de l'ordre politico-économique dominant et des résistances à la marchandisation peuvent prendre la forme d'activités ludiques : dans des espaces publics conçus pour la circulation comme les percées haussmanniennes, les manifestations protestataires auxquelles la présence de vendeurs de sandwiches, hot-dogs, merguez-frites et autres snacks donnait depuis longtemps une touche festive, sont renouvelées dans les dernières décennies par l'expression ludique des revendications : *Gay parade*, *Love parade*, *Techno parade* ou *flashmobs* brouillent à leur tour les frontières entre loisirs et politique dans l'usage de la rue.

Loin d'être seulement programmées dans les espaces conçus par les autorités ou les entreprises, les dynamiques sociales continuent ainsi de contribuer à la production de l'espace public et de la ville.



Figure 4 : Les formes incontrôlables de « ludification » de l'espace public

(cliché J.Monnet, décembre 2009)

Face à une station du système de bicyclettes en libre-service Vélib' située le long du canal de l'Ourcq à proximité de la mairie de Pantin (première couronne parisienne), on observe une œuvre éphémère en papier collé représentant un groupe de musiciens comme s'il défilait dans la rue.

Les interventions d'artistes dans les lieux publics (graffiti, tag, pochoir, carrelage, fresque, etc.) sont depuis longtemps utilisées et interprétées comme des formes de résistance à l'ordre public tel qu'il est matérialisé dans les aménagements de l'espace.

Une offre de service public comme le Vélib' contribue aussi, pour sa part, à renouveler le rapport à la ville de ses habitants et de ses visiteurs, en lui donnant à sa manière une dimension ludique lorsque le vélo est associé aux vacances.

Références

- Arendt H., 1988 [1958], *Condition de l'homme moderne*, Paris : Pocket
- Baudrillard J., 1970, *La société de consommation*, Paris: Folio essais.
- Benjamin W., 1939, *Paris, capitale du XIXe siècle*, document produit en version numérique par D.Banda, collection "Les classiques des sciences sociales" (dir. J.-M.Tremblay):
http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html
- Belton L., 2009, "De la permanence du concept de frontière: les liens entre travail et vie privée à La Défense", *Espaces et sociétés* n°138, p.99-113.
- Bessy O. & Lapeyronie B., 2009, "Culture des loisirs et diffusion sociale du sport. L'exemple des marathoniens", *Science et motricité* n° 68, p.83-95. DOI : 10.3917/sm.068.0083
- Bondue J.-P. (dir.), 2004, *Temps des courses, course des temps*, Presses de l'Université des Sciences et Techniques de Lille
- Boquet Y. & Desse R.P. (dir.), 2010, *Commerce et mobilités*, Editions universitaires de Dijon
- Capron G., 1996, *La ville privée : les shopping centers à Buenos Aires*, thèse de doctorat en Géographie-aménagement de l'université Toulouse-2 Le Mirail (dir. R.Gaignard).
- Castro C., 1864, "El Paseo de la Cadenas en noche de luna", gravure reproduite dans J.Decaen, *México y sus alrededores. Colección de monumentos, trajes y paisajes*. Facsimil, 1989, México D.F: Inversora Bursátil/ Sanborns's /Seguros de México.
- Didier S., 1999, « Disney urbaniste : la ville de Celebration en Floride », *Cybergeog* n°96. URL : <http://cybergeog.revues.org/1147> ; DOI : 10.4000/cybergeog.1147
- Didier S., 2000, *Une île dans la ville. Invention, négociation et mise en pratique du modèle de ville Disney à Anaheim (Californie)*, thèse de doctorat en Géographie de l'université Paris-1 (dir. G.Cazes)
- Goffman E., 1973, *La mise en scène de la vie quotidienne : 2. Les relations en public*, Paris : les éditions de minuit, coll. Le sens commun.
- Gravari-Barbas M., 2006, « La ville à l'ère de la globalisation des loisirs », *Espaces* n°234, p.48-56.
- Gruet B., 2006, *La rue à Rome, miroir de la ville. Entre l'émotion et la norme*, Presses Universitaires de Paris-Sorbonne.
- Habermas J., 1996 [1962], *L'espace public, L'Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris : Payot
- Lardellier P., 1999, « Monuments éphémères : les entrées royales », *Cahiers de médiologie* n°7, p. 239-245
- Lempérière A., 1996, « La sécularisation de la capitale. De l'espace sacré à l'espace civique: Mexico au XIXe siècle », in : J.Monnet (dir.), *Espace, Temps et pouvoir dans le Nouveau Monde*, Paris, Anthropos, pp. 71-100
- Lofland L.H., 1998, *The Public Realm. Exploring the city's quintessential social territory*, New York : Aldine de Gruyter
- Miranda M., 2011, *L'événement urbain festif : vers une gestion de site exploratoire sur l'espace public ? Les cas de Nantes et de Bordeaux*, Thèse de doctorat en urbanisme et aménagement de l'Université Paris-Est (dir. A.Bourdin)
- Nunes J.P.S., 2012, « Jouer ses atouts : figuration et sociabilité de rue dans une banlieue de Lisbonne », *Espaces et sociétés* n°148-149.
- Pétonnet C., 1994, « L'anonymat urbain », in : C .Ghorra-Gobin (ed.), *Penser la ville de demain : qu'est-ce qui institue la ville?*, Paris, L'Harmattan (coll. Géographie et cultures), p.17-21.

Jérôme MONNET, « Ville et loisirs : les usages de l'espace public », *Historiens & Géographes* n°419, juillet-août 2012, p.201-213

Pradel, B., 2010, *Rendez-vous en ville ! Urbanisme temporaire et urbanité événementielle : les nouveaux rythmes collectifs*, Thèse de doctorat en sociologie de l'Université Paris-Est (dir. F.Godard et M.H.Massot).

Sabatier B., 2006, *La publicisation des espaces de consommation privés. Les complexes commerciaux récréatifs en France et au Mexique*, thèse de doctorat en Géographie-aménagement de l'université Toulouse-2 Le Mirail (dir. J.Monnet).

Sorkin M. (coord.), 1992, *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*, New York : Hill and Wang

Sue R., 2003, «*In memoriam* Joffre Dumazedier (1915-2002) », *Revue française de sociologie*, 2003/1 Vol. 44, p.139-142

Tonnelat S., 2007, « Keeping space public : Times Square (New York) and the Senegalese peddlers », *Cybergeo* n°367, Dossier Ambulantage et métropolisation. URL : <http://cybergeo.revues.org/4792> ; DOI : 10.4000/cybergeo.4792

Topalov Ch. *et alii*, 2010, *L'aventure des mots de la ville*, Paris: Robert Laffont, collection Bouquins.