

BRUXELLES, « LE PLUS GRAND PIÉTONNIER D'EUROPE » : UNE DISNEYLANDISATION DE L'ESPACE PUBLIC ?

[Jean-Michel Bleus](#)

Groupement pour l'Étude des Transports Urbains Modernes | « [Transports urbains](#) »

2019/2 N° 135 | pages 18 à 21

ISSN 0397-6521

DOI 10.3917/turb.135.0018

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-transports-urbains-2019-2-page-18.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour Groupement pour l'Étude des Transports Urbains Modernes.

© Groupement pour l'Étude des Transports Urbains Modernes. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

JEAN-MICHEL BLEUS
chargé de mission à
l'ARAU (1)
(Atelier de recherche et
d'actions urbaines,
Bruxelles)

Le 29 juin 2015 était inaugurée la phase test du piétonnier du centre de Bruxelles (3). Les travaux de réaménagement sont aujourd'hui en voie d'achèvement ; parallèlement, de nombreuses opérations immobilières se concrétisent dans le périmètre. De quoi radicalement modifier une partie des boulevards du centre-ville (4) : de voies de transit automobile à zone piétonne, un tel changement de fonction induit forcément une profonde mutation des usages. Entre les plans de la Ville de Bruxelles, les projets des opérateurs du marché privé et les demandes des habitants, quel visage prendra le piétonnier ? Extension de la zone touristique, centre commercial à ciel ouvert, espaces de promenade, nouveau terrain de jeu pour la politique événementielle de la Ville de Bruxelles et ses partenaires privés ? L'ARAU, en compagnie d'autres associations et comités d'habitants, lutte contre la marchandisation des espaces publics qui se profile.

■ Une représentation militante du risque encouru par le centre-ville de Bruxelles. Source : Platform Pentagone (2).

Bruxelles, « le plus grand piétonnier d'Europe » : une disneylandisation de l'espace public ?

Dans les années 1870, le voûtement de la rivière Senne et l'aménagement de boulevards de type haussmannien imposent une nouvelle organisation de l'espace urbain dans le centre historique de Bruxelles. Sous prétexte d'assainissement et d'embellissement, la bourgeoisie libérale transforme le bas de la ville, industriel et populaire, en un centre d'affaires de première importance pour résister à la concurrence des faubourgs, alors en pleine expansion. Les boulevards servent en même temps à la circulation de transit entre les deux principales gares de la ville. Dans les années 1970, les transports en commun sont mis en souterrain pour laisser plus de place au trafic automobile (5). Les trottoirs relativement étroits sont encombrés de bacs à arbres, escaliers d'accès au métro, etc. En 2012, le profil de

la voirie passe de 2x2 à 2x1 bandes avec pour seul aménagement le marquage de pistes cyclables.

Entre-temps, plusieurs projets de réaménagement global sont conçus sans être concrétisés, le plus récent d'entre eux, en 2003, étant d'ailleurs développé par le bureau d'urbanisme ayant dessiné le projet actuel (GroepPlanning, depuis lors rebaptisé SumProject). Les grandes lignes du réaménagement actuel consistent, pour les parties linéaires du piétonnier, en trois zones principales : « flânerie » le long des façades (pour le lèche-vitrines), « circulation » au centre et « repos » entre les deux (terrasses, parterres, bancs). Les différentes places sont fortement minéralisées et accueillent très peu de mobilier urbain (6).

Une demande citoyenne dévoyée

En 2012, le mouvement citoyen *PicNic the Street* occupe régulièrement la place de la Bourse en organisant des pique-niques non autorisés sur l'espace dédié à la circulation automobile. Ce mouvement revendique alors « la Piétonnisation du centre de Bruxelles et la réappropriation citoyenne de cet espace public » (7). Ces sit-in, très fréquentés et

relayés sur les réseaux sociaux et dans la presse, obligent tous les partis politiques à se positionner à la veille des élections communales d'octobre 2012.



1) Depuis 50 ans, l'ARAU est un groupe d'habitants bruxellois organisé sous forme d'association sans but lucratif. Il analyse les projets d'aménagement urbain, publics et privés, et vise à leur amélioration pour davantage d'urbanité : davantage de logements, de mixité fonctionnelle et sociale, de place pour les usagers actifs dans l'espace public. Son objectif est de promouvoir la ville comme lieu de vie volontaire. (www.arau.org)

2) La Platform Pentagone regroupe des associations (dont l'ARAU), des comités de quartiers et des associations de commerçants. Elle produit une analyse critique des projets de la Ville de Bruxelles et formule des contre-propositions. (www.platformpentagone.be)

3) Bien qu'il ne s'agisse pas de l'unique zone piétonne de la ville, elle est désignée comme LE piétonnier dans le langage courant.

4) Ces boulevards sont, du Sud au Nord : le boulevard Lemonnier, le boulevard Anspach et les boulevards Jacquain et Adolphe Max qui forment deux branches à partir de la place De Brouckère. Ils s'étendent sur environ 2 km.

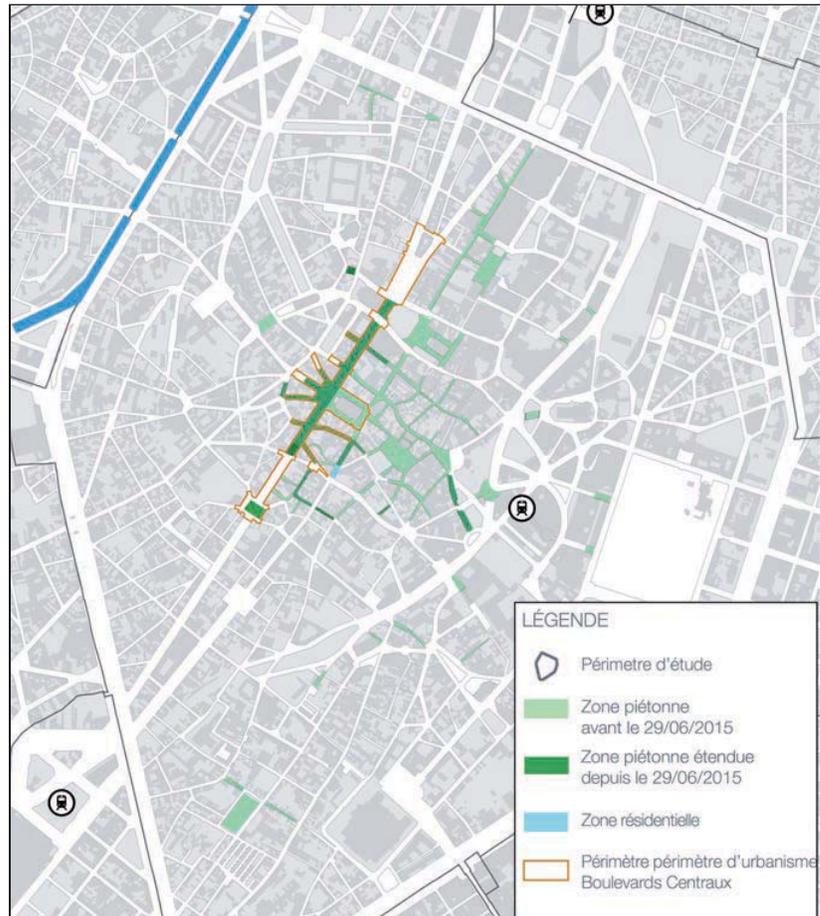
5) Les tramways de surface sont alors remplacés par le métro, système de tramways circulant en souterrain et préfigurant l'arrivée du métro « lourd » planifiée pour 2024.

6) Pour plus de détails sur l'historique et sur le projet actuel, voir Patrick FRENAY et Gaëtan FRENAY, « Piétonnisation à grande échelle dans le centre de Bruxelles : un projet ambitieux... et des questions », *Transports Urbains*, n° 128, p. 23-27.

7) Julie Tessuto, « Changer la ville pour changer la vie ? Le mouvement citoyen PicNic the Streets et l'invisibilisation des enjeux socio-économiques liés au réaménagement du centre-ville de Bruxelles », *Environnement Urbain / Urban Environment [En ligne]*, vol. 10, 2016.

En réponse notamment à ce mouvement, la Ville de Bruxelles présente le 31 janvier 2014 les grandes orientations du projet actuel avec comme slogan « *un nouveau cœur pour Bruxelles* ». Mais, la lecture du dossier de presse suffit à donner le ton quant aux ambitions réelles de la Ville qui vise principalement à « *positionner Bruxelles en tant que "destination city shopping"* ». Une politique de city-marketing conforme au programme de la nouvelle coalition socialiste et libérale signé au lendemain des élections d'octobre 2012 (8). Les politiques événementielles et touristiques sont également mises en avant à travers une nouvelle « attraction » : le Temple de la Bière Belge qui doit s'installer dans l'ancien bâtiment de la Bourse.

Bien que cruciales, les questions soulevées par les politiques commerciales, touristique et événementielle de la Ville sont alors occultées par le débat autour de la mobilité (et, dans une moindre mesure, par celui sur le manque de concertation). Le bourgmestre de l'époque, Yvan Mayeur (2013-2017), réduit les opposants au piétonnier à d'indécrottables « pro-voitures » alors que la critique des associations et de plusieurs comités d'habitants porte au contraire sur le caractère trop « pro-voitures » du projet (quatre nouveaux parkings prévus autour du piétonnier, plan de circulation facilitant leur accès, recul de la desserte en transports en commun...). Si la nouvelle majorité communale, en place depuis décembre 2018, a promis de revoir l'organisation de la mobilité, elle est en revanche beaucoup moins loquace concernant la destination du piétonnier.



Une absence de volonté de maîtrise commerciale qui laisse le champ libre au marché privé

L'ARAU n'a jamais soutenu le concept de piétonnier car il favorise la mono-fonctionnalité au profit d'« *une occupation quasi-exclusive de la voirie par certaines activités commerciales privatisant l'espace public (terrasses HORECA, étalages, etc.) au détriment des activités socioculturelles et de flânerie* » (9). Ainsi, la rue Neuve, piétonnisée en 1976 en réponse à la concurrence des centres commerciaux périphériques, est aujourd'hui une galerie commerçante à ciel ouvert, presque exclusivement occupée par les grandes chaînes d'habillement. Le logement y a quasi disparu, les accès séparés aux étages ayant été supprimés pour permettre l'agrandissement des surfaces de vente, les halls d'entrée des immeubles étant désormais utilisés à des fins commerciales.

Si une erreur historique comme la suppression des accès séparés aux étages est aujourd'hui exclue, l'argumentaire du nécessaire « redéploiement commercial » est toujours invoqué : « *Face au développement de nouveaux pôles commerciaux en Région bruxelloise et en périphérie, le projet de redéploiement des places et des boulevards du Centre doit être vu comme une stratégie de valorisation et de*

stimulation des activités économiques et commerciales de ce périmètre, aujourd'hui en déclin. » (10) Or, la Ville de Bruxelles organise elle-même (une partie de) cette concurrence en développant un projet de centre commercial de 72 000 m² sur ses propres terrains à la limite de la Région (11) !

Bien sûr, les différents élus concernés, même s'ils ne sont pas toujours d'accord sur la destination du piétonnier, ni sur celle des nombreux immeubles et cellules commerciales appartenant à la Ville situés dans le périmètre, déclarent unanimement que l'offre commerciale

■ Zones piétonnes du centre-ville de Bruxelles – juin 2016 (source : Données : Ville de Bruxelles, 2014 et 2017 ; SumProject & B-Group-Greisch, 2015. UrbIS Release 2016Q2. CC-BY 2.0. CIRB-CIBG-BRIC. Mise à jour : Sofie Vermeulen).

8) On peut y lire des objectifs tels que « *construire et promouvoir l'image de Bruxelles comme destination commerciale* » ou encore « *positionner la Ville en tant que "destination réflexe" de clients* ».

9) Michel Hubert, Eric Corijn, Julie Neuwels, Margaux Hardy, Sofie Vermeulen et Joost Vaesen, « *Du "grand piétonnier" au projet urbain : atouts et défis pour le centre-ville de Bruxelles* », Brussels Studies [En ligne], Notes de synthèse, n° 115.

10) Ville de Bruxelles, *Un nouveau cœur pour Bruxelles*, dossier de presse du 31 janvier 2014, p. 8.

11) Il s'agit du centre commercial Mall of Europe dont la demande de permis est en cours d'instruction dans le cadre du projet Neo de (ré)urbanisation du plateau du Heysel.

devra aussi répondre aux besoins de proximité. Rien n'est moins sûr quand on voit la peine qu'a la Ville à définir la nouvelle « identité » commerciale du piétonnier. Un schéma de développement commercial a certes été élaboré en 2015 mais il s'agit d'un document très vague, aux termes parfois abscons tels que « cœur créatif moderne d'interconnexion »... En l'absence de lignes directrices claires et de

volonté d'utiliser les outils contraignants dont elle dispose pourtant, la Ville de Bruxelles laisse le champ libre au marché privé. Cette non-politique se traduit déjà dans le projet « Crystal City » où le rez-de-chaussée commercial d'un immeuble de la Ville a été cédé par bail emphytéotique à un promoteur privé sans contrainte quant au type de commerces à y accueillir...

Une politique touristique-événementielle pour « dynamiser » la ville

Les matières touristiques et événementielles sont mieux choyées par la Ville. Le nouveau bourgmestre, Philippe Close (qui n'est autre que l'ancien échevin du tourisme), entend donner une nouvelle image à Bruxelles: la ville « ennuyeuse », administrative, accueillant majoritairement des « touristes de congrès » doit devenir une destination pour le tourisme de loisir autant que pour le visiteur d'un jour (« shopper »).

Le réaménagement du piétonnier a d'ailleurs été conçu en fonction de sa capacité à accueillir des événements (pas d'« encombre-

ment » de l'espace sur les places, accès aisé au réseau électrique pour le câblage du matériel sonore) et à « guider » les usages. « *Le plan de SumProject détermine une série de sous-espaces, auxquels il attribue une fonction phare (consommer, se promener, se montrer, se reposer, se réunir et jouer, pour l'essentiel) et pour lesquels il définit des aménagements spécifiques (voies de circulation, bancs, bacs à plantes, fontaines, etc.)* » (12). Les bancs faits de grumes et les quelques tables de ping-pong qui avaient été installés en 2015 lors de la

12) Michel Hubert et al., *op. cit.*

■ Photomontage caricatural de la Bourse transformée en Temple de la Bière (source: Platform Pentagone).



