



Privés d'espaces publics ?

L'espace public serait-il en train de se privatiser ? Caméras de surveillance, publicités omniprésentes, mobilier urbain « anti-sdf », voitures et parkings encombrants... Une rue, un trottoir, une place... ne sont pas que des lieux de passage. Ce sont aussi les lieux de l'expression démocratique et du *vivre-ensemble*.



Espaces de passage, espaces de rassemblement, infrastructures destinées à l'usage de tous : les espaces publics, par définition, ce sont les espaces non privés, soit parce qu'ils n'appartiennent à personne, soit parce qu'ils sont des biens appartenant à l'État ou à toute autre entité politique qui les affecte à l'usage public.

Le concept d'espace public évolue dans le temps et dans l'espace. C'est un produit social et politique, historiquement situé. Ce sont des processus de négociations et de conflits entre différents acteurs et leurs intérêts qui le définissent. De plus, l'espace public n'existe pas en tant que tel, mais par rapport à l'espace privé.

On constate aujourd'hui une altération du caractère public de nombreux espaces, spécialement en ville.



Bombardés de publicités

Depuis une dizaine d'années, la publicité ne cesse d'envahir les espaces publics urbains. Omniprésente et invasive, nous la retrouvons aujourd'hui partout dans nos villes : le long des rues, aux abords des parcs, sur les places, devant les écoles, près des cinémas et des commerces, dans les abris-bus, sur les bus, dans les gares, etc. Si

chacun peut faire le choix de ne pas regarder la télévision ou d'éteindre le poste de radio pour ne pas être exposé à la publicité, en ville, dans les espaces pourtant publics, **l'agression publicitaire est inévitable et s'impose en force.**

De plus, sous sa forme actuelle, la publicité présente dans nos villes n'est pas financièrement accessible aux petits commerces locaux, aux PME régionales ni aux associations socioculturelles qui font vivre nos cités. Au contraire : étalée sur de grands

planimètres éclairés de nuit, elle est un moyen de

communication antidémocratique, réservé aux grandes multinationales et groupes financiers, et payée indirectement par le

« *citoyen-consommateur* ». Le coût de la publicité est en effet répercuté sur le prix d'achat des produits qu'elle nous vante...

C'est donc également une façon de fausser la concurrence et de défavoriser l'économie locale. Cette publicité omniprésente, c'est aussi la propagation des stéréotypes et des discriminations, du *greenwashing*¹, la promotion de la société de surconsommation et des

¹ publicité qui exploite la « mode » du respect de l'environnement pour promouvoir des produits faussement écologiques

comportements nuisibles au bien-être commun.

Enfin, si cette forme de publicité a un impact écologique non négligeable et participe à l'enlaidissement des paysages urbains, elle exerce surtout **une pression psychologique, économique et sociale sur tous et particulièrement sur les couches les plus défavorisées de la société**. S'il y a de la publicité aux abords des cités, il y en a moins, voire pas du tout, dans les quartiers résidentiels des ménages les plus favorisés.

Un mal nécessaire ?

Namur était relativement préservée de la publicité jusqu'au mois d'avril 2012, quand a été inauguré un dispositif de 240 vélos en libre-service. En effet, ce système de vélos partagés baptisé « *Li Bia Vélo* » (photo) ne devrait pas coûter grand-chose à la ville parce que sa gestion a été confiée à la société publicitaire française JC Decaux qui obtient en contrepartie l'implantation de 66 "planimètres" double face en ville et 24 "planimètres" simple face pour chacune des 24 stations de vélos (pour une durée de 15 ans, que le service de location de vélos fonctionne ou non).



rentrer de l'argent dans les caisses communales ou finance des infrastructures alors dites « gratuites ».

Mais ne nous y trompons pas : il n'y a pas de fatalité budgétaire. Le choix reste politique. Il existe des villes ou des centres-villes sans publicité. En France, par exemple, de nombreuses villes ont opté pour un système de vélos partagés entièrement financé par le public et sans publicité, comme à Lille, Avignon ou Montpellier, pour n'en citer que trois.

Enfin, rappelons que, comme nous l'avons dit plus haut, **c'est quand même le « citoyen-consommateur » qui, en bout de course, paie la publicité**. Cette dépense n'accroît pas son bien-être et il n'en retire aucun bénéfice, au contraire. Ni la publicité, ni les services et infrastructures que la publicité met à disposition ne sont donc gratuits !

L'omniprésence de la publicité en ville représente donc bel et bien un exemple flagrant de cession de l'espace public à des intérêts privés. Sous sa forme actuelle, cette privatisation de l'espace public ne sert même pas les intérêts des acteurs économiques locaux ; elle est donc néfaste pour la plus grande partie de la population.

Dans ce cas, bien plus encore que dans d'autres, certains parlent de la publicité comme d'un mal nécessaire puisque, disent-ils, la publicité fait

La chasse aux sans-abri

Déjà dépourvus d'espaces privés, les sans-abri se font de plus en plus souvent chasser des espaces publics. Depuis quelques années, le « design » du mobilier urbain évolue. Quand les bancs existent toujours, ils sont conçus courbés ou galbés. De plus en plus souvent, ils comptent également plus d'accoudoirs qui subdivisent le banc en deux ou trois places. Il y a aussi ces fameux sièges « assis-debout » !

Derrière ce dessin ou cette recherche « esthétique » se cachent le plus souvent des techniques pour chasser les sans-abri. Ainsi, **si le banc public permet encore au passant de se reposer quelques minutes, la sieste y devient impossible pour le SDF.**

Un peu partout dans les villes, on voit également de plus en plus de herces, de piques, de fausses décorations, de plans inclinés, de grilles ou barres surélevées par exemple, qui, tels les picots sur les appuis de fenêtres ou les corniches qui empêchent les pigeons de se poser, font en sorte que le sans-logis ne s'attardent pas. L'imagination ne manque donc pas pour mettre en œuvre cette violence « douce » qui repousse la misère jusque là où elle ne dérange plus personne, et surtout loin des rues commerçantes et des quartiers d'affaires.



Parfois, architectes et pouvoirs publics travaillent de concert pour installer le strict minimum de mobilier urbain et rendre les infrastructures publiques le moins hospitalières possible. Un exemple parlant est celui de la nouvelle gare de Liège-Guillemins, conçue par un célèbre architecte espagnol. La poignée de bancs qui y sont installés est bien ridicule au regard du gigantisme de cet édifice de prestige, avec des quais qui font jusqu'à 450 mètres de long. Cette gare n'est qu'un courant d'air et il y fait très

froid en hiver. Au rez-de-chaussée, une galerie ne propose qu'une brasserie et des commerces. Il n'y a pas de salle d'attente chauffée ou de cafétéria accessible à tous, même avec son pique-nique, comme c'était le cas dans les gares autrefois. À côté des ascenseurs, les rares bancs sont courbés et en pierre bleue, bien durs et bien froids ! Si la gare de

Liège-Guillemins décourage désormais la plupart des sans-abri, elle se révèle *de facto* peu accueillante pour n'importe qui, et donc aussi pour le voyageur qui attend sa correspondance !

Règlements anti-mendiants

Pour traquer les sans-abri, certaines autorités communales taillent des règlements communaux sur mesure. Liège en est encore une fois un bon exemple.

Depuis 1999, la ville de Liège réglemente plus étroitement la mendicité en se basant sur le fait que celle-ci constitue un trouble à l'ordre public. En 2001, un nouveau « règlement Mendiants » est adopté à Liège, qui organise la « rotation » de la mendicité dans différents quartiers durant la semaine. Et depuis cette époque, il est également interdit de mendier aux carrefours.

Le règlement communal liégeois prévoit également qu'il est interdit de se trouver sur la voie publique en état d'ivresse. Si personne ne se fait contrôler à la sortie des restaurants ou des bars liégeois, que le règlement est suspendu durant toute une série d'événements festifs et commerciaux, telle la « City Parade » (où alcool et drogue sont consommés en quantité par des milliers de fêtards arpentant en tous sens les rues de Liège), les sans-abri, quant à eux, se font contrôler plus souvent qu'à leur tour, même s'ils se trouvent loin du centre commercial de la ville. Aussi, quand on lit dans la presse que des procès verbaux ont été dressés ou qu'il y a eu des arrestations pour consommation d'alcool ou ivresse sur la voie publique, il faut souvent comprendre que ce sont des sans-logis qui ont été arrêtés ou sanctionnés.

Tel est le cas depuis quelques mois, depuis que l'opération « tornade



blanche » a été lancée à Liège pour nettoyer la ville (au sens propre et au sens figuré) et supprimer les incivilités. Ainsi à Liège, où beaucoup de monde aime sortir, il est possible de s'amuser jusqu'aux petites heures, de boire toute la nuit et d'aller ivre de café en café, sans aucun souci. Mais si vous êtes sans-abri et que vous venez de terminer votre troisième canette de bière tranquillement assis sous un porche ou sur le banc d'un parc, gare à vous, la police n'est pas loin, elle appliquera envers vous un hypocrite règlement communal.

Ainsi, aujourd'hui, tandis que les abris de nuit doivent légalement rester fermés d'avril à octobre, toujours plus de places, d'infrastructures, de trottoirs, de bancs, de recoins, de porches et de rebords sont interdits au repos des errants. **Pour les plus démunis de notre société, l'espace public, qui est somme toute leur lieu de vie, est de moins en moins accessible.**

Fêtes populaires ou foires marchandes ?

Ce n'est pas nouveau, fêtes et traditions sont l'occasion de rassemblements en tout genre dans l'espace public. **Les fêtes** jouent depuis toujours le rôle de lubrifiant social et **permettent souvent une mixité sociale assez rare dans notre**

société. Lors des nombreuses fêtes populaires qui ont lieu en Belgique, on chante et on danse, on boit un petit coup dans un espace public dont les voitures sont exclues un moment. C'est l'occasion pour des individus de différents milieux de se côtoyer.

Cependant, aujourd'hui, la commercialisation des fêtes altère ce rôle joué par les espaces publics. En commercialisant les fêtes, ce sont les espaces publics où elles ont lieu qui sont également commercialisés et donc privatisés. Un bon exemple est celui de la période des fêtes de fin d'année.



En décembre, certaines villes du pays organisent des marchés de Noël qui peuvent durer plusieurs semaines. Mais sous leur forme actuelle, ces marchés de Noël représentent des espaces voués à la surconsommation où seuls ceux qui ont un portefeuille bien rempli peuvent se détendre... et profiter de la *magie* de Noël.

Les places et les rues où sont installés ces marchés sont alors véritablement retranchées de l'espace public. Il n'est pas question d'y venir avec son pique-nique ou sa bouteille de vin. Pire encore, comme à chaque fois qu'un espace public ou une activité sociale et culturelle est *marchandisé* et tombe dans l'escarcelle du marché libéral, non seulement la collectivité en perd le contrôle et la jouissance, mais en plus,

tout l'appareil coercitif de l'État lui est automatiquement étendu.

Les clients solvables sont bienvenus, mais alentour, il y a toujours assez de policiers pour chasser les sans-abri et mendiants, pour contrôler les sans-papiers et pour intimider tous ceux qui pourraient croire que Noël est un moment de convivialité gratuite, de rencontres entre gens de divers horizons et de plaisir festif simplement partagé.

Ainsi, là où certains voient de la convivialité, bon nombre d'événements organisés dans l'espace public constituent une privatisation de cet espace et renforcent en réalité l'exclusion et la fracture sociale.

En ville : chère voiture !

Depuis les années 60, le nombre de voitures ne cesse de croître. Symbole de liberté et de réussite, la voiture continue de constituer le mode de transport privilégié. Pourtant, aujourd'hui, la voiture individuelle comme moyen de transport au quotidien cause plus de problèmes qu'elle n'apporte d'avantages. Nous lui devons en partie des changements climatiques bien entendu, mais surtout une exploitation toujours accrue de ressources naturelles en voie d'épuisement (ne serait-ce que pour la fabriquer), la



dégradation de la qualité de l'air en ville, la congestion des axes routiers, beaucoup de bruit, des accidents et de l'insécurité, un appauvrissement des liens sociaux, un coût important pour les ménages et la confiscation d'un espace considérable dans nos villes.

En effet, l'utilisation de la voiture en ville coûte cher à la collectivité.

Financièrement, puisqu'il faut entretenir les infrastructures qui lui sont réservées, mais surtout en termes d'espace public. Il y a toutes les rues et les routes d'où sont exclus les piétons et qui sont dangereuses pour les cyclistes. Il y a toutes ces voitures garées partout. Il y a tous ces parkings que l'on continue de construire. La voiture prend de la place, beaucoup de place. Bien souvent, le citoyen qui prend les transports en commun ou se déplace à pied ou à vélo se demande pourquoi autant d'espace est réservé aux automobilistes, qui viennent souvent d'ailleurs.

Au nom de la démocratie et de la sécurité, les autorités traquent les sans-papiers et les sans-abri.

Délire sécuritaire

Depuis une dizaine d'années et particulièrement depuis les attentats du 11 septembre 2001, les États, un peu partout dans le monde, font de la sécurité une de leurs priorités. Ils entendent se protéger contre « le terrorisme international », la criminalité et contre tout ce qui peut nuire à l'« ordre public ». Peu importe la réalité de la menace, la crise et le sentiment d'insécurité semblent efficaces pour **faire admettre aux**

populations une série de dispositions qui restreignent les libertés individuelles et le caractère public des espaces publics.

Dans nos villes, cette politique sécuritaire se fait également sentir. Ainsi, et paradoxalement, au nom de la démocratie et de la sécurité, les autorités traquent les sans-papiers et les sans-abri, multiplient les contrôles d'identité, disposent des caméras de surveillance un peu partout et interdisent certains événements culturels, militants ou festifs. Dans les grandes villes, devant les cafés, dans les gares et même en rue, des agents de sécurité d'agences privées montent la garde.

Vivre dans des villes sûres est une bonne chose évidemment. Mais ces caméras de surveillance, ces policiers et ces agents de sécurité un peu partout, sont-ils là pour nous protéger où nous contrôler ? La question mérite d'être posée. Interdire un apéro urbain

ou un rassemblement dans un parc au nom du respect de l'ordre public, est-ce respecter le caractère public d'un parc qui est surtout utilisé par ceux qui n'ont pas de jardin ?

De plus, les amalgames sont faciles et servent souvent à nourrir un populisme politique très vigoureux en temps de crise. La criminalité n'est pas le terrorisme. La criminalité n'est pas non plus à lier à l'immigration. Enfin, elle ne tombe pas du ciel. Une chose est certaine, **la criminalité est plus forte dans les sociétés plus inégalitaires**. Plus de caméras et plus de policiers ne résoudre jamais les problèmes de criminalité. Au contraire, dans un espace public ultra-gendarmé, où le débat et l'expression militante et politique n'ont plus le droit de cité, la frustration germe et nourrit la criminalité de demain.

La dérive sécuritaire prive ainsi le citoyen de son espace public en tant qu'espace d'expression et de débat politique. **Le délire sécuritaire dépolitise l'espace public**. Il permet de mieux contrôler les envies de changements sociétaux. Il propose une solution à court terme, partielle, onéreuse et dangereuse au problème de la criminalité.



Quel avenir pour l'espace public ?

Après ce petit tour d'horizon non exhaustif, nous voyons que l'espace public est aujourd'hui en danger. Cela est sans doute lié au fait que nous vivons dans une société ultralibérale et individualiste dans laquelle même les partis de gauche ou sociaux-démocrates se résignent depuis un certain temps à ne plus défendre la gratuité, les biens communs, les services publics et l'espace public.

Ainsi, **la globalisation néolibérale aliène jour après jour l'espace public à des intérêts privés**. Par peur de perte de contrôle, par manque d'imagination ou par immobilisme, les responsables politiques laissent faire ou collaborent. Le

processus de privatisation de l'espace public est progressif, lent et multiforme. Il s'opère sans que l'on s'en rende vraiment compte. Pourtant, il engendre déjà des luttes sociales et culturelles nouvelles et variées. Pour terminer cette analyse, citons quelques-unes de ces actions menées par tous ceux qui veulent préserver l'espace public, sinon en conquérant de nouveaux.

Marre de la pub !

Pour résister à la publicité et ouvrir les yeux à leurs concitoyens et aux mandataires

politiques, il existe des groupes de militants anti-pub comme à Liège² ou à Bruxelles³. Sans vandaliser quoi que ce soit, ils recouvrent les publicités, détournent les slogans, interpellent les responsables politiques et proposent des alternatives. Ils prennent également le temps d'expliquer l'impact de la publicité. La plus connue de ces actions est celle mise sur pied à l'occasion de la Saint-Valentin, quand les militants anti-pub recouvrent les panneaux publicitaires d'affiches « *Pour la Saint-Valentin, faites l'amour, pas les magasins !* ».



voiture, de partager un moment entre personnes de différents milieux sociaux et de faire vivre la gratuité.

Chacun apporte sa contribution pour partager dans de grandes *auberges espagnoles*. Lors de ces actions, rien ne se vend, rien ne s'achète, tout se partage ! Le mouvement des pique-

niques dans la rue a ceci de spécial qu'il rassemble encore plus de personnes de milieux différents que les autres actions, et est loin de ne mobiliser que les seuls militants d'associations de gauche ou écologistes.

Pour rendre leur convivialité aux fêtes, pour récupérer de l'espace public et pour permettre la mixité sociale et la rencontre, des citoyens organisent des marchés de Noël alternatifs aux abords des marchés de Noël classiques. Chacun est le bienvenu et l'on partage boissons, nourriture et chansons.

Pour prendre leur place en ville face à la voiture et conscientiser citoyens et responsables politiques, des groupes de cyclistes organisent des masses critiques⁴ de vélos. C'est-à-dire qu'ils se retrouvent pour rouler ensemble tranquillement dans les rues de la ville pendant une heure de pointe.

Pique-nique dans la rue

D'autres organisent des pique-niques en rue le dimanche après-midi comme à Bruxelles et à Liège en juin 2012 (mouvement « *picnic in the street* »). À chaque fois, dans un esprit familial et bon enfant, l'objectif est de se réapproprier l'espace public et de les rendre aux piétons et aux familles, de refouler la

Une autre action originale est le « parking day »⁵. Durant cette journée, plusieurs groupes de citoyens reconquièrent des cotés de rues, des emplacements de parking et des petites parcelles d'espace public habituellement « privatisées » par la voiture. Quelques heures durant, des terrasses, des aires de jeu, des salons extérieurs, des lieux d'exposition ou de concert, ou de petits jardins fleurissent

2 Voir : <http://marre.agora.eu.org/>

3 Voir : <http://www.respire-asbl.be/VAP-Plate-forme-associative>

4 Voir : <http://masecritique.agora.eu.org/> ; <http://placeovelo.collectifs.net/> ;

5 Voir : <http://parkingday.org/>

le long des trottoirs et dans les parkings.

reconquérir les territoires perdus. La convivialité et l'épanouissement de tous est à ce prix.

Démocratie et solidarité

Ces actions ne constituent que quelques exemples, il y en a bien d'autres du même genre qui sont mises en place. Si ces actions se veulent conviviales et non violentes et qu'elles paraissent anodines, elles n'en constituent pas moins des actes politiques. **Derrière de bons moments passés ensemble se trouvent toujours des revendications quant à la place de tous dans la ville**, quant aux choix politiques à défendre pour assurer la convivialité et la mixité sociale, et quant à la légitimité sociale, démocratique et politique de l'existence d'espaces publics. En pique-niquant, en roulant à vélo, en recouvrant une publicité, en partageant un verre avec un sans-abri lors d'un marché de Noël alternatif, le citoyen pose un acte politique, construit la ville dans laquelle il voudrait vivre et dévoile sa vision de l'espace public.

Parler d'espace public, c'est parler de démocratie et de solidarité.

Rappelons-nous que la démocratie n'est pas née il y a 2500 ans à Athènes, mais qu'elle est le fruit des nombreuses luttes et résistances qui ont eu lieu tout au long de notre histoire et plus spécialement durant les deux derniers siècles. Elle est toujours à défendre et préserver. Comme la démocratie, l'espace public n'est jamais acquis pour toujours. Il nous faut oser le défendre, il nous faut

Jean-Yves Buron
Vivre Ensemble Education
Octobre 2012