Etude dimension métropolitaine des Halles

"Esquisse de propositions de services innovants"

4 décembre 2009

PRO - Développement BVA Ville Ouverte

STRATEGIE / CONCEPT / ORIENTATIONS

TROIS PRINCIPES CLES

➥Accessibilité totale pour tous

- Organiser la proximité sociale.
- Echapper à l'approche spécialisée de l'accessibilité liée au handicap.

➥Des services incarnés et conviviaux

➥Penser les Halles dans leur dimension "Hub" et non dans une seule dimension : périphérie / centre

BREF : faire des Halles un exemple d'HOSPITALITE

PROPOSITIONS

Les esquisses de propositions suivantes répondent aux termes exacts du cahier des charges donné par la Ville de Paris pour cette mission.
Il s'agit de :

1.PRECONISATIONS D'AMENAGEMENTS

2.ADAPTATION DE SERVICES

3.CREATION DE SERVICES INNOVANTS

4.MODALITES DE GESTION COHERENTE DE L'ESPACE PUBLIC

1- PRECONISATIONS D'AMENAGEMENTS

A retenir des deux études

• l'accessibilité aux PMR est perçue comme une évidence par l'ensemble des enquêtés
• l'accessibilité est souvent abordée spontanément par les enquêtés et fait partie de leurs attentes banales (témoin l'utilisation de la lumière par exemple).

Propositions

➥**L'accessibilité facilitée :** règle d'or pour tous (et non pas réservée aux handicaps)

➥ **Le pôle transport : cœur du système et "marque" du hub métropolitain**

• 1er service aux métropolitains

• un "espace-temps" qui doit donner le la aux autres services

• le lieu des proximités par excellence

• des espaces considérables qui ne doivent plus être dénués de qualité urbaine

A retenir des deux études

- un constat de fréquence de recoins et impasses qui gênent la fluidité des parcours
- certains recoins contribuent à accroitre le sentiment d'insécurité
- importance des « vides et des creux », coins intégrés et souhaités par les gestionnaires des lieux ou parfois improvisés et appropriés par les usagers
- un besoin exprimé de refuges, d'endroits pour soi, de lieux pour d'isoler du regard, pour se reposer,…
- un besoin exprimé de lieux de rencontres improvisées, d'échanges,…

Propositions

➥Gérer le paradoxe : "recoins / coins"

et ne pas confondre :

↓

- obstacles à la gestion des flux
- lieux insécures

↓

- espaces / temps de pause
- lieux de sociabilité improvisés (*hier "Forum" aujourd'hui : "collectifs collaboratifs«)*

A retenir des deux études

- des espaces décrits comme inconfortables et encombrés
- beaucoup d'obstacles dans la circulation
- le constat de fréquence de recoins et impasses qui gênent la fluidité des parcours
- l'absence de lumière naturelle, l'insuffisance des éclairages et la chaleur renforcent le sentiment d'inconfort et d'étouffement
- un manque de repères
- un trop plein d'informations dans certains espaces qui finit par nuire à l'orientation (la salle des échanges par exemple)
- le traitement lumineux aide parfois les usagers à se déplacer (alternative à la signalétique)
- certains sons permettent aux usagers d'anticiper/de se repérer
- certaines ambiances sonores indiquent un changement d'univers
- les usagers habitués de la salle des échanges adoptent leurs propres repères qui ne font pas forcément appel à la signalétique
- « la sensorialité intervient comme une captation sélective d'information qui aide à la compréhension des lieux et à l'orientation ».

Propositions

➥Favoriser une expérience "sensible" au service de la fonctionnalité des espaces et évitant les pièges du "décodage à forte valeur prescriptive »

➥Penser d'abord le confort et la qualité de l'espace : la signalétique en dernier ressort

A retenir des deux études

• une demande de lien intérieur/extérieur dans l'information et la communication sur les différentes sorties
• des difficultés d'orientations plus présentes aux niveau -3 et dans la salle des échanges, tandis qu'aux niveaux -2 et -1, la possibilité de prendre des repères extérieurs constitue une aide non négligeable.

Propositions

➥Une signalétique privilégiant les repères "urbains" et la "culture commune » :

•les axes terrestres majeurs ou symboliques.
•les monuments.
•les équipements publics.

2- ADAPTATION DE SERVICES

A retenir des deux études

- la vocation commerciale est prédominante dans les représentations du lieu
- les équipements de loisirs ou culturels sont peu connus, peu cités ou peu pratiqués
- les enquêtés sont demandeurs d'un élargissement de l'offre accompagné d'une meilleure information
- la présence des équipements culturels et de loisirs est perçue comme un atout qui donne sa spécificité au lieu et qu'il faut préserver (même s'ils avouent les utiliser très peu)
- le jardin actuel non envisagé comme un but de promenade ou de relaxation (accès difficile et peu connu)
- la visibilité des équipements comme condition de leur fréquentation
- un rayonnement dans l'ensemble du Forum est souhaité
- la mise en évidence à travers les parcours du comportement de certains publics qui « n'osent pas » aller dans ces équipements (Forum des images par exemple) de peur que ce soit payant.

Propositions

➥Améliorer la lisibilité de l'offre de loisirs publics :

exemples : la piscine, le forum des images…

➥Une mise en offre touristique et de loisirs

forfait donnant accès, par exemple, à l'offre culturelle et sportive sur une temporalité donnée… combinée ou non au billet transport.

Revoir les modalités d'interface : piscine / rue du Cinéma (régler le paradoxe : lisibilité / respect des fréquenteurs).

A retenir des deux études

• le périmètre associé aux Halles est assez large dans les représentations des usagers (associant souvent l'ensemble du quartier avec l'ensemble du plateau piétonnier allant même jusqu'au Centre Pompidou ou au Louvre, notamment dans le cas des touristes)
• une des pratiques caractéristiques des métropolitains, surtout les plus jeunes d'entre eux est la mise en concurrence permanente des territoires (ils peuvent très bien se trouver à la Défense le matin et aux Halles l'après midi ou encore sur les Champs Elysées ou la Bastille)
• les métropolitains se servent souvent des Halles comme d'un point de rendez-vous et reprennent les transports ensemble pour aller ailleurs.

Propositions

➥Chercher les moyens d'une "mise en information" de l'offre culturelle

Elle concerne plusieurs échelles :

- celle des espaces liés au périmètre des Halles (Forum, Canopée, salle des échanges, jardin).
- celle du quartier qui rassemble un grand nombre d'équipements culturels avec un rayonnement très large (Musée du Louvre, Centre Georges Pompidou, IRCAM, Théâtre du Châtelet, pôle "Arts Décoratifs", Palais Royal, salle d'exposition de l'Hôtel de Ville…).
- celle de la métropole (informer sur les événements culturels de toute l'Ile-de-France).

Cette "mise en information" devra :

- ***contribuer à faire prendre conscience de la dimension métropolitaine du site.***
- ***s'adapter (être en adéquation) avec les rythmes de fonctionnement du "Hub".***
- ***s'appuyer sur de nouveaux supports innovants***
  (qui prennent en compte les évolutions et recherches liées au numérique notamment)
- ***favoriser une présence humaine bienveillante qui vient compléter les dispositifs d'information plus novateurs (à caractère plus expérimental).***

A retenir des deux études

- l'offre actuelle est jugée peu différenciée et concurrencée (chaines implantées dans d'autres lieux un peu partout)
- l'offre est identifiée comme basse et moyenne gamme
- pas de demande de plus de commerces, mais des commerces moins banals (les usagers refusent même la création de surfaces supplémentaires)
- la nécessité de renouveler l'attractivité du lieu par une offre singularisant les Halles.

Propositions

➥Renouveler plutôt qu'augmenter l'offre commerciale sur la TOTALITE des espaces commerciaux :

Une nouvelle offre commerciale se dessine dans la Canopée (certains commerces prévus, "café littéraire" ou "souks") cherchent à refléter le mélange entre commerce et culture auquel les usagers, clients du Forum sont très attachés, qui pose deux questions :

- ne risque-t-on pas d'aboutir à une certaine segmentation de l'offre commerciale déjà perçue par les usagers entre ancien et nouveau Forum, segmentation qui pourrait être comprise comme une ségrégation ?

- les équipements publics prévus ne sont-ils pas en décalage par rapport à cette nouvelle offre commerciale ? En particulier, les équipements publics sont peu innovants dans le rapport : gratuité prestations / achats.

A retenir des deux études

• Les Halles, cœur de Paris géographiquement, historiquement, nœud de transport de l'Ile-de-France avec une notoriété évidente même pour les étrangers
• Pour les enquêtés, cette symbolique forte sera encore renforcée par le projet de réaménagement : les Halles, cœur du Grand Paris, seront visitées comme un monument avec un pouvoir d'attraction accru
• une forte demande d'intensifier la présence humaine (hôtesses d'accueil, agents d'information, gardiens pour le parc,…)
• un élargissement des amplitudes horaires de fréquentation est souhaité par les métropolitains
• il est souhaité d'avoir davantage d'usages mixtes et à des horaires élargis non directement sous-tendus par la consommation
• une demande récurrente de toilettes et d'eau gratuites
• la dimension touristique a été souvent évoquée et les touristes enquêtés regrettent de nombreux déficits à ce niveau.

Propositions

➥Assumer davantage la symbolique du "cœur" d'une métropole et de PARIS en termes :

•d'hospitalité :
- services incarnés et conviviaux,
- accessibilité,
- information touristique.

•de multilinguisme.
•de gratuité : eau, WC.
•de services 24h/24.

A retenir des deux études

- les métropolitains interrogés pour les deux études ont souvent du mal à identifier les équipements qui leurs sont ouverts (accessibles) de ceux qui ne le sont pas
- ils peuvent, par exemple, ne pas se sentir concernés par l'existence de certains équipements ou au contraire s'imaginer, parfois, pouvoir profiter de la présence d'un équipement comme le conservatoire (alors qu'il devra conserver son rôle d'équipement de proximité)
- le conservatoire est souvent perçu comme pouvant participer à l'animation du lieu.

Propositions

➥Clarifier l'échelle de rayonnement des équipements publics pour éviter les confusions dans les attentes

Sortir de l'ambigüité entre équipements de proximité et équipements métropolitains que ce soit pour :

➢***Les équipements du Forum existants et maintenus :***
la piscine Suzanne Berlioux et le gymnase, le Forum des Images, la bibliothèque du cinéma, la médiathèque musicale, le billard, le Centre d'Animation les Halles le Marais

➢ ***Les équipements de la Canopée***

La Canopée réitère l'ambigüité précitée que seule une offre innovante pourrait atténuer mais qui ne peut concerner tous les équipements projetés :

- la Maison des Pratiques Artistiques Amateurs et le Centre des Cultures Urbaines relèvent bien de cette logique métropolitaine et permettront d'éviter une ségrégation sociale et culturelle d'avec l'ancien et le nouveau Forum, mais il faut leur donner des espaces de diffusion au-delà des espaces dédiés (et pas seulement à l'intérieur du périmètre de l'étude).

- le Conservatoire de Musique ne peut pas sortir de ses missions de base et devenir l'animateur local hormis un dynamisme artistique et culturel en lien avec l'ensemble des acteurs culturels et sociaux.

- la bibliothèque rate l'occasion inespérée de concevoir un lieu de "lectures" et de sociabilités unique à l'échelle métropolitaine.

➢ ***L'espace public***

Distorsion évidente entre les attentes des métropolitains et la perception des riverains notamment sur le jardin ce qui, quelque part, relève de cette ambigüité entre pratiques de proximité et pratiques métropolitaines.

Cela pose, finalement, la question suivante :

Peut-on imaginer dans un hypercentre et dans un lieu multimodal qu'une offre attractive ne soit pas, de fait, métropolitaine?

A retenir des deux études

• la possibilité de grouper les plaisirs évoquée comme une des motivations à la fréquentation des Halles par les différents usagers (shopping + ciné + prendre un verre avec les amis,…)
• chercher à « rentabiliser son temps »
• les parcours commentés évoquent quelques actions spontanées destinées a amener les visiteurs à se réapproprier « ludiquement » les espaces (exemple : les étudiants des Beaux Arts invitant les passants, à travers une inscription au sol sous forme d'injonction « Jump! », à sauter sur les dalles flottantes de la place basse afin de produire un son).

Propositions

➥Favoriser des pratiques "groupées" de plaisirs et qui enrichissent le temps

•Développer une esthétique du temps.

•Ludifier l'espace : donner une dimension ludique à l'espace et ne pas se limiter à son aspect fonctionnel.

➥Reconsidérer le concept d'offre de lecture publique projeté :

- dans ses attendus
- dans ses contenus.
- dans ses publics.
- dans ses temporalités.
- dans son offre.

- qui s'adresse à tous les publics métropolitains.
- une bibliothèque/librairie qui prête et qui vend.
- multilingue.
- avec une diversité d'ambiances : des plus silencieuses aux plus collectives.
- calée sur les horaires du "Hub".
- qui : accueille / permet / encourage / les réseaux de sociabilité.

A retenir des deux études

• les parcours commentés montrent l'importance des « vides et creux » dans les différents espaces du Forum qui deviennent des refuges dans un espace dont le rythme accéléré est parfois fatiguant.
• les métropolitains ont exprimé, de manière récurrente et dans les deux études, le besoin d'avoir des moments de pause, de repos, de respiration,…
• les parcours commentés effectués montrent le besoin des usagers d'avoir ces moments de pause dans un espace hyper-stimulant au plan sensoriel (sonorités multiples, variations lumineuses, sollicitations visuelles, odeurs,…)
• les personnes pointent le bruit permanent dans l'espace transport et le Forum qui devient fatiguant avec la durée d'exposition. Ils évoquent la nécessité d'avoir des endroits calmes, silencieux et propices à la détente
• de nombreuses demandes d'aménagement concernent des espaces de repos et de détente (bancs, tables, terrasses, plantes,…)
• les coins de repos aménagés dans le Forum ne sont pas appropriés selon les utilisateurs. Ils sont jugés inconfortables et mal placés (adossés à des escalators bruyants, pas assez isolés).

Propositions

➥Conjuguer le rythme accéléré du "Hub" à des moments de pause, de calme, voire de lenteur

Dans un contexte d'accélération constante, il est important d'offrir des "services" qui permettent, parfois, de ralentir le rythme afin de prendre le temps d'apprécier un lieu, de se poser, de se reposer, de respirer,…
Cette recherche de "lenteur" comme critère de confort donnera une nouvelle "qualité" à ce lieu en affirmant une identité qui lui est propre, malgré le rythme accéléré imposé par l'activité qui s'y déroule, et ce, à travers des espaces-temps de repos et de pause : concept d'hospitalité.

3- CREATION DE SERVICES INNOVANTS

A retenir des deux études

• avoir des toilettes publiques (gratuites et propres) avec des services rattachés est une des attentes récurrentes de la part de l'ensemble des participants aux deux études
• un tel service est considéré comme une des conditions pour faire venir les familles
• certains participants ont évoqué la halte-garderie comme un service important qui peut être destiné aux riverains et aux salariés des Halles mais aussi aux visiteurs pour leur permettre de faire leur courses sereinement.

Propositions

➥Toilettes publiques gratuites avec services + :

•"salons" maquillage / coiffage.

•coin "change bébé" plus toilettes enfants.

•vêtements d'appoint (sous-vêtements jetables).

•consignes / vestiaires séchants (cyclistes, motards).

•bains-douches.

➥Halte-garderie

Elle propose des activités en lien avec les équipements présents dans le site, de façon à favoriser aussi et indirectement une meilleure connaissance de l'offre (Forum des Images, bibliothèque, Conservatoire, Centre des Cultures Urbaines, Maison des Pratiques Artistiques et Amateurs) et avec le jardin.

A retenir des deux études

- la proposition d'une information transport en surface et en temps réel a été accueillie positivement car elle permet à chacun d'organiser son temps et son parcours au mieux
- les métropolitains se servent souvent des Halles comme d'un point de rendez-vous et reprennent les transports ensemble pour aller ailleurs.

Propositions

➥Disposer en temps réel d'une information sur les temps d'accès :

- à l'offre de transports.
- à l'offre culturelle et touristique sur site et dans le quartier environnant.
- à l'offre culturelle, événementielle et touristique en région Ile-de-France, accessible directement à partir du pôle d'échanges.

➥Favoriser à partir du pôle d'échanges : des services partagés de mobilités et des réseaux de sociabilités :

- pour partager les temps de déplacements.
- pour prolonger l'offre de transports.
- pour favoriser la fréquentation de lieux métropolitains éloignés ou à certaines heures de la journée (soirées par exemple).

4- MODALITES DE GESTION COHERENTE DE L'ESPACE PUBLIC

A retenir des deux études

• aujourd'hui, une partie importante du site vit au rythme du centre commercial. Les métropolitains qui ont effectué les parcours commentés l'ont signalé à plusieurs reprises
• une demande de la part des métropolitains, pour encourager une vie nocturne et dominicale du site (restaurants, jardin, équipements et commerces ouverts le dimanche,…).

Propositions

➥Caler l'ensemble de l'offre de services publics sur celle des transports et non sur celle du Centre Commercial

➥Maîtriser les temporalités du site et tendre vers un rythme métropolitain

Le périmètre de l'étude se caractérise par des éléments aux temporalités différentes qu'il faudra intégrer dans la réflexion sur la dimension métropolitaine du projet.

A retenir des deux études

• la présence des vigils à certains endroits comme la place basse est souvent incomprise par les usagers
• une injonction très forte à circuler est mise en application par les vigils du centre commercial même au sein des espaces publics tels que les rues intérieures et la place basse
• la confusion dans les statuts des espaces du Forum : certains usagers ont parfois du mal à savoir quels sont les endroits qui leurs sont accessibles (une personne des parcours commentés croyait que la place intermédiaire était interdite d'accès)
• une envie exprimée par les enquêtés concernant la liberté d'occuper certains espaces informels (s'asseoir sur les marches par exemple)
• des regroupements statiques devant la FNAC, point de rendez-vous principal au sein du Forum qui semblent résister à l'injonction à circuler
• le personnel du centre commercial mouille les marches qui se trouvent devant la FNAC pour empêcher les personnes de s'asseoir.

Propositions

➥Clarifier le statut des espaces privés, d'une part, et publics, d'autre part

•du point de vue juridique.
•du point de vue spatial.
•du point de vue présentiel et organisationnel.
•du point de vue temporel.
•du point de vue des usages capables.

sans remettre en cause sa mixité.

➥Définir des modalités négociées des règles d'usages.

A retenir des deux études

• l'accompagnement des usagers durant les parcours commentés a permis de constater leurs différentes stratégies d'évitement qui peuvent être liées à différentes raisons (éviter la salle d'échanges, éviter de passer par la place basse,…)
• l'étude BVA montre également que le sentiment d'insécurité, par exemple, entraine une adaptation de la fréquentation et des comportements, à la fois sociale, géographique et temporelle : on évite les Halles, ou seulement certains lieux, certaines heures de la journée ou de la nuit, on n'y emmène pas ses enfants…

Propositions :

➥Admettre le droit à "l'évitement" :

•pouvoir sortir le plus vite possible.
•pouvoir éviter les couloirs souterrains.
•pouvoir s'isoler et sortir des flux en cas de forte affluence.
•pouvoir éviter le Centre Commercial.

➥Partager des moments collectifs forts :

- spectacle vivant.
- projections.
- performances.

Idée pertinente d'une « régie culturelle » totalement distincte de l'animation commerciale.

A retenir des deux études

• un sentiment d'insécurité davantage qu'une insécurité réelle. Certains publics, notamment les « bandes » de jeunes, ou certains comportements tels que la toxicomanie, cristallisent les réactions chez les enquêtés
• une mauvaise réputation jugée exagérée, véhiculée surtout par les non-usagers et renforcée par les médias
• une demande forte et récurrente en ce qui concerne la présence humaine et l'incarnation des services (agents d'accueil…)
• une présence policière supplémentaire n'a pas été une solution envisagée par les participants pour résoudre les problèmes de sécurité
• certaines personnes des parcours commentés (notamment les jeunes femmes) disent être conscientes de ne pas être en danger mais expriment toutefois un sentiment de gêne, de peur,…

Propositions

➥La médiation sociale comme principe premier de gestion de l'insécurité : fantasmée et/ou réelle

A retenir des deux études

• aux yeux des personnes interrogées, un élargissement de l'offre permettra une plus grande variété des publics présents. Cette « mixité totale », souhaitée par les participants, leur semble une solution aux problèmes de cohabitation et de tensions entre les publics
• certains participants comparent les Halles à la Défense qui leur paraît plus sure car plus « mixte ». La restructuration du centre commercial de la Défense, le fait que ce soit aussi un quartier d'affaire, sa mixité et le brassage des populations sont considérés comme des éléments sécurisants (un participant aux parcours précise même qu'on y trouve pourtant « les mêmes jeunes de banlieue »)
• le problème des Halles est souvent rapporté au fait qu'une surreprésentation de certains publics finit par en chasser d'autres
• certains enquêtés souhaitent une redéfinition de l'offre commerciale dans le but d'attirer de nouveaux publics : apparaît, en filigrane, la volonté d'une cohabitation améliorée et étendue à d'autres publics, notamment aux familles.

Propositions

➥La socialisation des espaces comme principe second :

- davantage de familles.
- davantage d'enfants.
- davantage d'initiatives collaboratives entre métropolitains.

A retenir des deux études

• il y a une forte demande d'animation de la part des métropolitains interrogés dans les deux études, une animation qui ne soit pas commerciale ce qui traduit l'envie de s'approprier les espaces en y faisant autre chose que de la consommation et ce à travers de nouvelles activités
• l'animation est évoquée pour l'ensemble des espaces (jardin, espaces transport, Forum, Canopée,…)
• d'un autre côté, le lieu est souvent décrit comme vivant et animé par les gens qui y passent, les commerces,… et les participants ont exprimés une forte demande de calme à certains endroits. Les propositions liées à l'événementiel ne doivent donc pas participer à une surenchère de l'animation d'un site déjà très animé de fait.

Propositions

➥Ne pas tomber dans le piège du "tout animation" et en maîtriser le sens : commercial / non commercial.

La mise en place d'une structure "supra-institutionnelle" paraît indispensable pour garantir une cohérence d'ensemble pour ce lieu et éviter l'accumulation d'événements, d'animations et d'activités qui risquent d'être, au final, en contradiction totale avec les attentes exprimées et dominées par une approche marchande.