

République Algérienne démocratique et Populaire  
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique  
Université Abderrahmane Mira– Bejaia



Faculté de technologie  
Département d'architecture

Thème :

# L'attractivité urbaine et les espaces publics dans l'ère de la compétitivité

Mémoire présenté en vue de l'obtention du diplôme de Master II en : Architecture.  
« Architecture, ville et territoire »

Préparé par :

- Mr. MOKHEFI Sidali
- Mr. MOUGARI Said
- Mr. SMATI Khaled

Devant le jury d'examen :

- Président : M<sup>elle</sup> MOUHOUBI Nedjima
- Examineur : M<sup>elle</sup> BOUANDES Karima
- Encadreur : Mr. CHABANE Djamel

Année universitaire : 2016/2017

*«Pour rendre la ville agréable, il faut redonner au espaces  
publics leurs fonction structurante, et dépasser le statut  
d'espace interstitiel indéfini qui est trop souvent le leur».*

*(Dind ,2011)*

**Dédicace :**

*Nous dédions ce modeste travail :*

*A nos chers parents pour tout leur sacrifices, leur amour, leur  
tendresse, leur soutien et leur prière tout au long notre  
parcours universitaire.*

*A nos chers frères et sœurs pour leur appui et leur  
encouragement.*

*A nos chers amis et collègues et tous les membres du  
département d'architecture pour leurs conseils judicieux.*

*Khaled, Said, Sid Ali.*

**Remerciement :**

*Au nom d'Allah le tout miséricordieux, le très miséricordieux,  
et l'oraison et la salutation sur le messager d'Allah.*

*Nous tenons nos remerciements à notre encadreur du mémoire  
Mr Djamel Chabane pour sa grande disponibilité et ses  
encouragements tout au long de la rédaction de ce mémoire.*

*Nous adressons nos profondes gratitudees à nos familles et nos  
proches qui nous ont accompagnés, aidés, soutenus et  
encouragés.*

*Enfin, nous remercions également nos collègues de la  
promotion pour leur soutien et les moments agréables que  
nous avons passé ensemble.*

## **Résumé :**

Les villes d'aujourd'hui se mettent en concurrence, pour capter et attirer les usagers. La ville prend l'attractivité urbaine comme le moteur pour atteindre cet objectif, en améliorant et façonnant sa meilleure image car elle a une grande influence sur la perception et la fréquentation des usagers.

Nous avons opté pour la thématique de « l'attractivité urbaine et les espaces publics », car l'espace public est le premier élément constituant la ville, affirmant sa première structure, par laquelle la ville peut améliorer son image et garantir sa compétitivité.

L'objectif de cette recherche est l'identification des critères essentiels pour concevoir un espace public attractif, pour le faire, nous avons structuré notre recherche en deux (02) parties ; la première pour la définition, la compréhension et la mise en relation des deux (02) concepts : « l'attractivité urbaine » et « les espaces publics », afin de ressortir les critères de l'attractivité urbaine. Quant à la deuxième partie, elle s'articule autour de l'analyse avec ces critères, de différents espaces publics livresques et locaux dans des villes qui sont connues déjà par leur attractivité. Plus que sa, il faut mettre en évidence que le choix de ces espaces publics n'a pas été seulement fait selon le statut des villes ou bien leurs classements, mais aussi selon de différentes échelles, cultures et même leurs emplacements géographiques, afin de bien maîtriser notre recherche.

Les résultats obtenus de l'analyse de différents exemples nous ont permis de classer les critères de l'attractivité selon leurs importances et leurs degrés d'implication.

**Mots clés :** Compétitivité urbaine, Attractivité urbaine, Espace public, Fréquentation.

## **Abstract:**

Today's cities are always in competitiveness to capture and attract users. The city takes the urban attractiveness like the motor to achieve this objective, improving and shaping its better image, due of its great influence on the sensation and the frequentation of the users.

We opted for the theme of "urban attractiveness and public spaces", because public space is the first element of the city, announcing its first structure, by which the city can trigger its improvement process.

The objective of this research is to identify the essential criteria for designing an attractive public space, to do so, we have structured our research into two parts; the first to define, understand and relate the two (02) concepts: "urban attractiveness" and "public spaces", in order to bring out and conclude the criteria of urban attractiveness. Whereas the second part, it revolves around the analysis using those criteria, the various foreign and local public spaces, in cities that are already known by their attractiveness. Moreover, it must be emphasized that the choice of public spaces was not only made according to the status of the cities or their rankings, but also according to different scales, cultures and even geographical locations, in order to master our research.

The results obtained from the analysis of the various examples, allowed us to classify the criteria of attractiveness according to their importance and degrees of implication.

**Keywords:** Urban competitiveness, urban attractiveness, Public space, Attendance.

## ملخص:

تعتبر مدن اليوم في تنافسية دائمة من اجل استقطاب وجذب المستخدمين. لهذا تعمل المدينة على استغلال هذه الجاذبية الحضرية كعامل تحفيزي لتحقيق هدفها الأساسي؛ ألا وهو تحسين وتشكيل صورة أفضل لها بسبب تأثيرها الكبير على إحساس وارتياح المستخدمين لها. تم اختيار موضوع "الجاذبية الحضرية والفضاءات العامة" لأن الفضاء العام هو العنصر الأول لتشكيل المدينة معلنا بذلك هيكلها الأساسي عن طريق عملية تحسينية تؤطرها المدينة. الهدف من هذا البحث هو تحديد المعايير الأساسية لتصميم الأماكن العامة الناجحة. البحث مقسم إلى قسمين جوهريين؛ يتمثل الجزء الأول في تحديد مفهومي "الجاذبية الحضرية" و "الفضاء العام" وربط العلاقة بينهما، وذلك للاستنباط معايير الجاذبية الحضرية. في حين يتركز الجزء الثاني على اتخاذ هذه المعايير مرجعا لتحليل عدة فضاءات عامة محلية وأجنبية معروفة بجاذبيتها. كما يجب التنويه على أن اختيار الفضاءات العامة كان على اساس معايير مختلفة (ثقافية وجغرافية) حيث سمحت لنا النتائج المتحصل عليها من خلال تحليل هذه الأمثلة المختلفة على تصنيف معايير الجاذبية حسب أهميتها ودرجة تطبيقها.

**الكلمات المفتاحية:** التنافسية الحضرية، الجاذبية الحضرية، الفضاء العام، الحضور.

## Sommaire

### DEDICACE

### REMERCIEMENTS

### RESUME

### CHAPITRE INTRODUCTIF

Contexte générale .....	1
Problématique .....	2
Hypothèses .....	2
Objectifs .....	2
Méthodologie de recherche.....	3
Structure du mémoire.....	3
Organigramme du mémoire.....	4

## **PARTIE 01 : L'attractivité urbaine et les espaces publics (Concepts et définitions)**

### **Chapitre 01 : L'attractivité urbaine :**

<b>I. Attractivité urbaine .</b>	
1- Définition.....	5
2- Conditions d'émergence de l'attractivité urbaine .....	6
3- les enjeux de l'attractivité urbaine .....	7
4- Les facteurs d'attractivité territoriale .....	7
1- La composante géographique du territoire.....	7
2- La composante organique.....	7
3- La composante économique et infrastructurelle.....	7
5- Exigences de l'attractivité urbaine .....	8-9
6- Les mesures de l'attractivité .....	9
1- Mesures objectives.....	9
2- Mesures subjectives .....	9
7- Composantes de l'attractivité urbaine .....	10-11
8- Motifs et cibles de l'attractivité.....	12-13-14
9- Critères de l'attractivité urbaine de la ville .....	14
<b>II. Concepts liés à l'attractivité urbaine.....</b>	<b>15</b>
1- La compétitivité urbaine .....	15-16
2- Les métropoles.....	16-17-18
3- L'évènementiel .....	18-19
<b>III. Conclusion du Chapitre 01 .....</b>	<b>20</b>

## **Chapitre 02 : L'espace public générant de l'attractivité urbaine :**

<b>I.</b>	<b>Définitions de L'espace public</b> .....	21-22-23
<b>II.</b>	<b>Aperçue historique sur les espaces publics</b> .....	23
1-	L'agora grecque.....	23-24
2-	Le forum romain.....	24-25
3-	L'espace public en moyen âge.....	25-26
4-	L'espace public de la renaissance et la période classique .....	26-27
5-	L'espace public de la ville du 20 <sup>eme</sup> siècle .....	28
<b>III.</b>	<b>Classification des espaces publics</b> .....	29
1-	La rue.....	29
2-	La ruelle.....	30
3-	Le boulevard et l'avenue.....	30-31
4-	Le rond-point .....	31
5-	Le trottoir .....	32
6-	La place publique .....	32
7-	L'esplanade.....	33
8-	Le jardin public.....	33
9-	La cour urbaine.....	33
10-	Le square.....	34
11-	Le marché.....	34
12-	Les équipements publics .....	35
<b>IV.</b>	<b>Caractéristique des espaces publics</b> .....	36
1-	Différents lieux .....	36
2-	Différentes formes.....	37
3-	Différents usages.....	37
4-	Différents acteurs.....	37
<b>V.</b>	<b>Enjeux des espaces publics</b> .....	37-38
<b>VI.</b>	<b>Les acteurs de l'espace public</b> .....	39
<b>VII.</b>	<b>Les espaces publics et les métropoles</b> .....	40
<b>VIII.</b>	<b>Les espaces publics et l'évènementiel</b> .....	40-41
<b>IX.</b>	<b>Conclusion du chapitre 02</b> .....	41
<b>Conclusion de Partie 01</b> .....		42-43

## **PARTIE 02 : L'attractivité urbaine dans les espaces publics (Etudes des exemples)**

<b>I.</b>	<b>Les espaces publics fermés, les équipements</b> .....	44
1-	<b>Musée Guggenheim de Bilbao</b> .....	44
	A- Justification du choix.....	44
	B- Analyse des critères d'attractivité .....	45-46-47
2-	<b>Musée d'art et d'histoire de Tlemcen</b> .....	48
	A- Justification du choix.....	48
	B- Analyse des critères d'attractivité.....	48-49-50-51
<b>II.</b>	<b>Les espaces publics ouverts</b> .....	52
1-	<b>Les Jardins</b> .....	52
1-1	Les Jardins de Versailles.....	52
	A- Justification du choix.....	52
	B- Analyse des critères d'attractivité .....	52-53-54-55
1-2	Le Jardin d'essai El Hamma.....	55
	A- Justification du choix.....	55
	B- Analyse des critères d'attractivité.....	55-56-57-58
2-	<b>Les Places</b> .....	59
2-1	La Grande place de Bruxelles.....	59
	A- Justification du choix.....	59
	B- Analyse des critères d'attractivité.....	59-60-61-62
2-2	La place de Gueydon.....	62
	A- Justification du choix.....	62
	B- Analyse des critères d'attractivité.....	62-63-64-65
<b>III.</b>	<b>Les espaces publics de circulation</b> .....	66
1-	La Ramblas.....	66
	A- Justification du choix.....	66
	B- Analyse des critères d'attractivité.....	66-67-68-69-70
2-	Boulevard Didouche Mourad d'Alger.....	70
	A- Justification du choix.....	70
	B- Analyse des critères d'attractivité.....	71-72-73

**Conclusion de la Partie 02**.....74-75

**CONCLUSION GENERALE**

**BIBLIOGRAPHIE**

**LISTE DES FIGURES**

**LISTE DES TABLEAUX**

## Contexte général :

Les villes sont de plus en plus mises en concurrence, du fait notamment de la mondialisation. Elles cherchent ainsi à attirer toujours plus d'habitants, de touristes, d'investissements, d'activités, et à se positionner en tête des nombreux palmarès, c'est pourquoi les villes se sont trouvées dans une compétitivité, qui est un défi entre ces derniers, pour assurer leurs places sur la scène internationale, en utilisant l'outil de l'attractivité.

Le concept d'attractivité du territoire indique généralement la capacité de celui-ci à attirer et à retenir les entreprises tant nationales qu'étrangères. Le territoire au sens de l'économie régionale peut renvoyer à la ville, la région ou une nation. Ainsi, entre autres, Coeuré et Rabaud définissent l'attractivité comme « la capacité d'un pays à attirer et retenir les entreprises ». D'autres rapports abordent la question de l'attractivité et insistent sur la dimension humaine dans le développement de ce concept, ainsi que **la dimension urbaine**,

Dans ce contexte, la notion d'attractivité urbaine est devenue incontournable à « l'évaluation de la performance et de la dynamique des villes », et l'une des priorités des politiques d'aménagement du territoire.

Une ville étant comme un territoire urbain, est un espace défini par sa surface, et sa population (qui diffère d'une région à l'autre,) donc il est un lieu qui privilégie la sociabilité, mixité sociale, l'urbanité métropolitaine et l'échange entre les habitants et touristes (étrangers,) chose qui implique une quête des espaces festifs et collectifs. Un espace urbain se compose principalement de deux parties : Un espace privé, qui garde l'intimité d'un groupe de personne, et l'autre, est l'espace public qui est destiné aux collectivités, à une mixité sociale qui ont un rapport commun (travail, détente, circulation...etc.) Il se représente dans les places, rues, jardins. Ce dernier est appelé « L'espace public. »<sup>1</sup>

L'espace public est un véritable réceptacle d'usagers et acteurs de la ville, de différentes catégories, âges et ethnies, donc il est le lieu principal des échanges dans une ville,

Il est le point de convergence d'innombrables pratiques de la vie urbaine, favorisant le commerce, la détente et loisirs, la rencontre, le déplacement et différents réseaux techniques. Il représente la vitrine d'où la ville crée son image et son identité, l'identité qui doit être à la hauteur et en compétitivité avec les autres villes.

<sup>1</sup> Carlotta Buiatti. *Espace public, espace privé : un public privé d'espaces ? Art et histoire de l'art*. 2014.

Malgré les enjeux divers, les espaces publics sont subissent plusieurs contraintes, on cite : La multiplicité des intervenants, la diversité des sites lors de leurs situations (Centraux, Péricentraux, Périurbains, grand ensembles...) et sachant que c'est un espace collectif, des conflits entre les collectivités ne pourront pas être négligés. Ces contraintes ont engendré une nécessité de repenser la qualité et la manière des interventions sur ces espaces, depuis une réflexion et opération d'une échelle politique, jusqu'aux actions ponctuelles d'aménagement d'une petite échelle.

### **Problématique :**

La compétitivité urbaine, tout en fonction de son attractivité, se mesure selon plusieurs critères, son ordre économique, social, mais aussi par rapport à la qualité de vie, voire la santé des habitants, leurs bien être, aussi leurs habitats (logement et environnement.) Donc on parle aussi des espaces publics qui réunissent ses habitants, qui sont des lieux d'échanges, convivialité, sociabilité et urbanité, ces derniers donnent une vue sur la qualité et l'ouverture de la ville (son image.)

### **Quelles sont les critères de l'attractivité d'une ville ?**

### **Comment participent les Espaces publics dans l'attractivité urbaine ?**

### **Hypothèse :**

- Les qualités qui séduisent les gens pour venir et rester dans une ville, dans tous les domaines de leurs vies, se définissent comme les critères qui rendent une ville attractive.
- L'amélioration de la qualité spatiale des espaces publics, en touchant les formes et l'esthétique, contribue dans l'attractivité urbaine de ces espaces.
- Le renforcement des fonctions et activités qui animent les espaces publics, tout en soignant à jour avec les besoins et attentes des usagers peut participer à rendre la ville plus attractive.

### **Objectifs :**

Cette étude vise à rechercher le fond des concepts (*Attractivité urbaine* et *Espace publics*) à fin de :

- Connaitre les propriétés et les enjeux de l'attractivité urbaine.
- Mettre en valeur l'imbrication et le rôle des espaces publics dans la structuration d'une ville.
- Affirmer la contribution des espaces publics dans l'attractivité urbaine,
- Identifier les critères de l'attractivité urbaine des espaces publics,
- Etudier la validité et le degré d'application des critères de l'attractivité urbaine dans différents exemples.

## Méthodologie de la recherche :

Pour aboutir à des réponses aux questions posées, on s'est appuyé sur deux (02) axes principaux :

- La recherche bibliographique, qui consiste à consulter plusieurs sources, tel que les ouvrages, revues, articles...Etc. pour le but d'accumuler et approfondir les connaissances sur *l'attractivité urbaine* et *les espaces publiques*. Après la collecte des données, nous allons sélectionner les informations qui touchent et nous aident à la définition, et mise en relation des deux concepts étudiés dans notre mémoire, pour ressortir vers la fin les critères de l'attractivité urbaine dans les espaces publics.

- Etablir une recherche analytique, basée sur les critères tirés de la première partie, sur des exemples livresques et locaux, pour confirmer la validité de ces critères, ainsi que définir leurs degré d'importance.

## Structure du mémoire :

Dans le but de répondre aux objectifs, nous avons structuré notre mémoire comme suit :

**Introduction générale :** elle comporte une initiation sur le thème abordé, qui nous a incité à énoncer une problématique, suivi par une suggestion de plusieurs hypothèses, des objectifs à atteindre, et une méthodologie à suivre.

**La première partie :** L'attractivité urbaine et les espaces publics, Elle présente le cadre théorique et conceptuel de la recherche .elle est structurée en deux chapitres :

- *Le premier chapitre : l'attractivité urbaine*, ses conditions d'émergence, ses enjeux, ses cibles et ses critères. Ensuite, nous avons analysé quelques concepts liés à l'attractivité urbaine, la compétitivité urbaine, les métropoles et l'évènementiel.

- *Le deuxième chapitre : l'espace public générant de l'attractivité urbaine*, sa définition, sa classification et ses caractéristiques.

**La Deuxième partie :** L'attractivité urbaine dans les espaces publics (étude des exemples)

C'est une analyse des espaces publics livresques et locaux, selon les critères d'attractivité urbaine tirés de la première partie.

## Organigramme du mémoire :

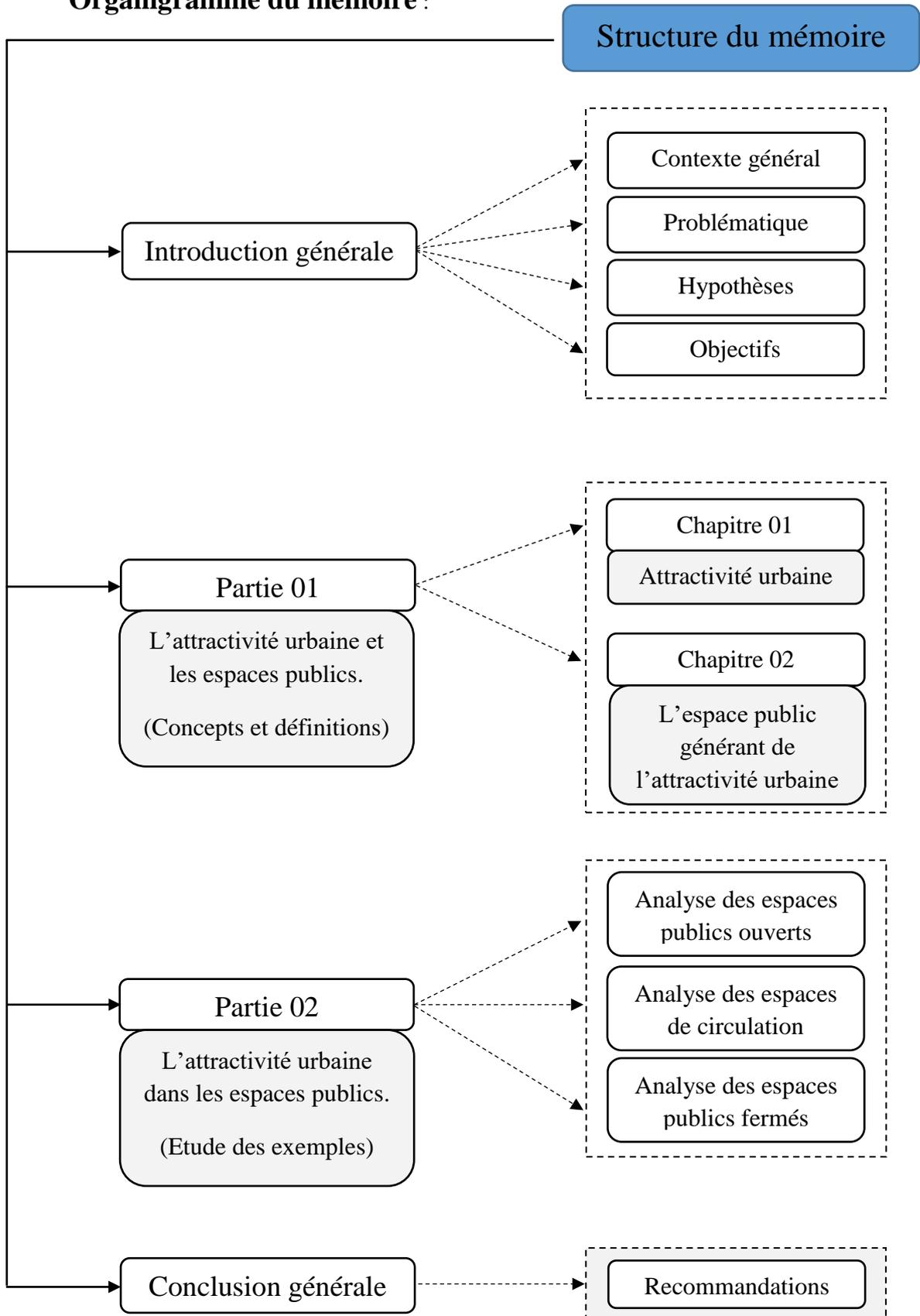
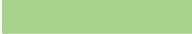
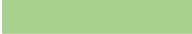


Figure 01 : Organigramme du mémoire.  
Source : Auteurs.



**Partie 01 :**  
**L'attractivité urbaine et les espaces  
publics**  
**(Concepts et définitions)**



**Chapitre 01 :**  
**L'attractivité urbaine**



## I. L'attractivité urbaine :

### I. 1- Définition :

Ce sont bien les phénomènes de la mondialisation et de la globalisation qui animent les débats actuels, quelque soit la discipline abordée, entre menaces et opportunités, y en a qui préfèrent les étudier par les faits qui en résultent. Parmi ces faits, relève « **l'attractivité** » qui est un concept fortement relié à l'économie, impliquant plus précisément les entreprises, mais ce concept vient de toucher un autre champ, on parle de l'urbain qui concerne « **le territoire** » en premier temps, et qui se focalise progressivement avec le temps à une unité plus réduite, qui est celle de **la ville**.

**L'attractivité d'un territoire** peut se définir comme sa capacité, sur une période donnée à attirer et retenir diverses activités économiques et facteurs de production mobiles (entreprises, événements professionnels, entrepreneurs, capitaux, etc.). Dans ce sens, c'est le reflet de la performance d'un territoire au cours d'une période donnée.<sup>1</sup> Ainsi que la capacité des acteurs locaux à capter des ressources exogènes, c'est à dire des entreprises et des visiteurs. Les collectivités territoriales sont dès lors amenées à accompagner à la fois des dynamiques de rapprochement d'entreprises au sein de clusters adaptés au niveau des zones d'emplois mais également de faire la promotion de leurs destinations d'accueil pour attirer les populations visées.<sup>2</sup> Dans un environnement devenu extrêmement global et concurrentiel, la pratique du marketing territorial est désormais essentielle pour les responsables territoriaux. Elle permet d'apporter des méthodes, outils et pratiques particulièrement utiles pour contribuer à améliorer l'attractivité territoriale **qui a glissée à l'échelle urbaine**, car pour rester dans la compétition, il faut des **villes attractive**, **L'attractivité urbaine** est donc un préalable à l'entrée dans une compétition internationale, quelle qu'elle soit.<sup>3</sup>

Aujourd'hui la compétition qui se joue entre les villes, les incitent à devenir **attractives**, ce qui conduit à jouer sur l'image que peuvent offrir ces villes sur la scène internationale. Cette image, qui généralement tient en quelques attribut, quelques clichés, est intimement liée à l'histoire, aux valeurs et au destin que l'on prête à une cité et qui deviennent autant de lignes de force et de leviers pour appréhender l'avenir, fédérer les populations les acteurs de la ville. Pour cela, la ville peut s'appuyer sur ses atouts, ses savoir-faire et ses valeurs,

<sup>1</sup> Pegui Yannick Felix, *l'attractivité territoriale : fondements théoriques et indicateurs de mesure*. Rapport, 2012.

<sup>2</sup> Satre Buisson Joël, Enseignant IAE Lille 1 - *Consultant territorial*.

<sup>3</sup> Pegui Yannick Felix, *Gouvernance locale et attractivité territoriale des entreprises*, Mémoire de Master 2, 2012.

la puissance de cette dernière et sa capacité à transformer ces ressources en richesse est **définie par la notion d'attractivité** »<sup>4</sup>

L'attractivité c'est une notion qui renvoie à une problématique basée sur un principe de mouvement, de dynamique, de composition et/ou de recombinaison des facteurs du développement endogènes des territoires.<sup>5</sup>

**François Cusin et Julien Damon** dans leur article « Les villes face aux défis de l'attractivité. Classements, enjeux et stratégies urbaines » notent que : la mesure de l'attractivité d'une ville, veut dire l'évaluation de sa sphère d'influence, sa capacité à générer du mouvement, à attirer à soi durablement...<sup>6</sup>

**L'attractivité urbaine, peut donc être définie comme « une capacité de donner le désir de rester ou de venir s'installer à des entreprises, des hommes et des femmes compétents et dynamiques. »**<sup>7</sup>

## I. 2- Conditions d'émergence de l'attractivité urbaine :

L'attractivité des villes découle d'une échelle plus large qui est celle du territoire, dont l'environnement est en pleine mutation, qu'il s'agisse du positionnement ou de l'apparition de nouveaux concurrents de l'économie de la connaissance ou de la mobilité croissante des facteurs de production et des acteurs économiques, La conquête ou reconquête de leur attractivité oblige les territoires et plus précisément les villes à repenser leur capacité à faire venir et/ou à retenir hommes et entreprises. Face à la compétitivité, l'attractivité est plus que primordiale, elle est même la condition pour rester et subsister dans cette course. Jean-Pierre Charbonneau avance que *le développement et l'attractivité qui en est un de ses facteurs sont une nécessité, voire une conviction partagée*<sup>8</sup>, car elle n'est donc pas une question récente dans la mesure où elle fut l'essence même d'émergence des villes depuis l'antiquité. De nos jours, ce phénomène est plus apparent tant par la mobilité des personnes, des touristes, des entreprises et des étudiants attirés par différents facteurs. Ceci pousse à découvrir les exigences et les motifs contribuant à rendre les villes attractives.

<sup>4</sup> Jean-Pierre Sueur, Sénateur, *Villes du futur, futur des villes ; Quel avenir pour les villes du monde ?* Rapport d'information, Tome I .enjeux. Senat, session ordinaire 2010-2011. p 139

<sup>5</sup> [Http://attractivite-des-territoires.over-blog.com/](http://attractivite-des-territoires.over-blog.com/) *Sujets de la compétitivité et de l'attractivité des territoires.*

<sup>6</sup> François Cusin. Julien Damon, *Les villes face aux défis de l'attractivité. Classements, enjeux et stratégies urbaines.* Futuribles, n° 367, octobre 2010, p 25.

<sup>7</sup> Badrani S, *L'Algérie veut ses pôles de compétitivité : Territoires en quête d'avantage compétitifs*, in Article du journal El WATAN du 11 Décembre 2006.

<sup>8</sup> Sassen S, *La métropole : Site stratégique et nouvelle frontière*, Partie 01, P.33.34, 1999.

### I. 3- Les enjeux de l'attractivité urbaine :

Ils existent plusieurs enjeux de l'attractivité, pratiquement ils visent tous à attirer un capital humain, un élément consommateur qui peut stimuler et développer l'économie local du territoire.<sup>9</sup>

Ces enjeux se résument dans plusieurs aspects, tel que la retombée économique et financière, la retombée sociale et culturelle qui vise à améliorer la qualité de vie des habitants, tout ça jouera un rôle dans la création d'une dynamique positive dans le territoire, et engendrer un sens de fierté d'appartenance. Nous constatons, lors de ces enjeux, il y aura une marche vers l'avant, soit individuel ou collectif, lors de la création d'emplois, amélioration de l'infrastructure, la disponibilité des services publics et bien sûr en appuyant sur le caractère urbain, toutes ces facteurs rendront le territoire un endroit de convergence des populations

### I. 4- Les facteurs d'attractivité territoriale :

« L'attractivité d'un lieu se construit à la fois sur des facteurs économiques, géographiques, humains et historiques. Tous les Facteurs et les services d'une collectivité participent directement ou indirectement à l'attractivité d'un territoire et à la protection que l'on en a. »<sup>10</sup>

**Benoit Meyronin** à élaborer une classification des divers facteurs composant l'attractivité d'un territoire, comme suit :<sup>11</sup>

#### I-4-1- La composante géographique du territoire :

C'est le facteur le plus claire et concret, il s'exprime par les ressources naturelles et matières premières qui existent dans le territoire, ainsi que sa morphologie, climat, localisation...etc.

#### I-4-2- La composante organique :

Il s'agit des services publics : Santé, culture, loisirs et sports, commerces et finance, qui est assuré pour toutes les tranches et catégories sociales, âgés ou jeunes, hommes ou femmes, riches ou pauvres.

#### I-4-3- La composante économique et infrastructurelle :

Elle concerne les types des activités, la répartition des secteurs et le degré de la structuration des différentes filières.

<sup>9</sup> Jérôme Fabre, Nicolas Hosdez, *Insee Service Études et Diffusion* n°104 – février 2012

<sup>10</sup> Frederic Marin. *Blog d'Alfeo*, Mai 2010

<sup>11</sup> Benoit Meyronin, *Le marketing Territorial : enjeux et pratiques*, Paris, Vuibert, P.35, 2009

L'infrastructure de communication et de structuration : le transport, est un obstacle majeur face à l'attractivité, donc sa présence seulement ne sera pas suffisante, il est indispensable qu'il soit de qualité afin de satisfaire les besoins des usagers.

### Synthèse des facteurs de l'attractivité :

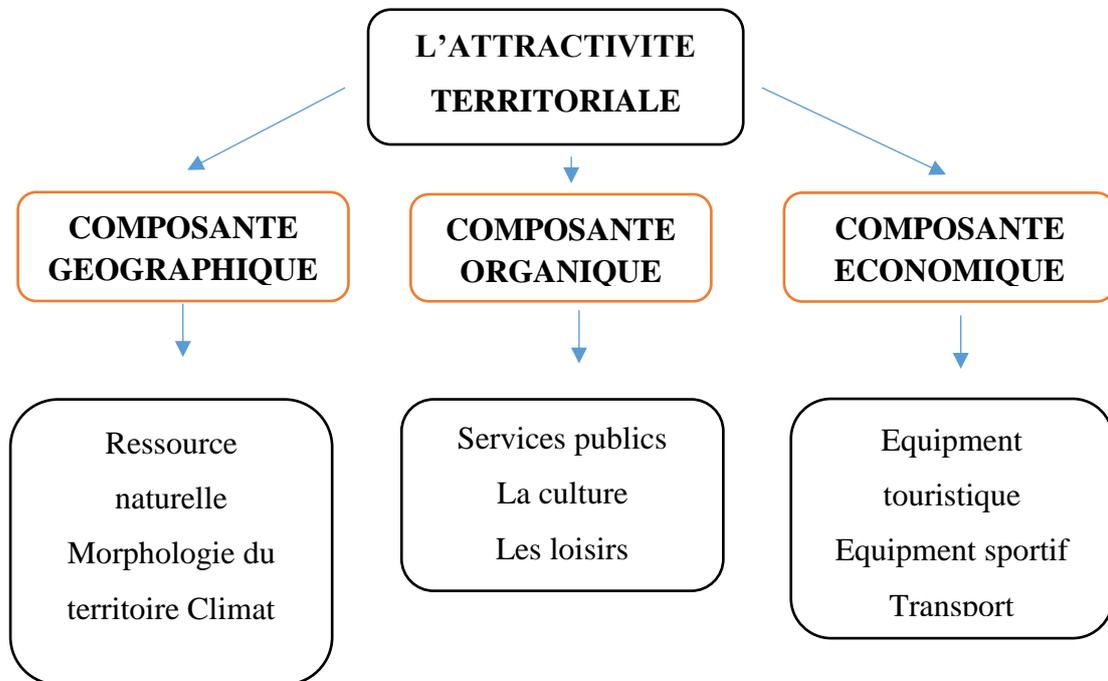


Schéma de synthèse des facteurs de l'attractivité. Source : auteur

### I. 5- Exigences de l'attractivité urbaine :

L'attractivité d'un territoire suppose « que l'on ait envie d'y venir ou d'y rester. »<sup>12</sup> De quelles conditions peut-on parler ? Il est clair que l'environnement soit agréable et confortable, fournissant des services, le travail, les diverses activités dont les collectivités ont besoin, tout en garantissant un réseau qui peut les unifier. Pour cela, il faut peut-être des projets prestigieux, qui font image à l'extérieur, mais il faut également et surtout des actions qui améliorent la vie quotidienne et l'activité, tout en renforçant le sentiment d'appartenance. Dans les années 1980, avait cours cette vision simpliste que l'attractivité reposait sur l'image obtenue par de grands projets faits par de grands architectes. Si cette approche peut servir de levier, accélérateur, comme d'ailleurs les opportunités fournies par de grands événements sportifs ou culturels (les Jeux Olympiques, l'exposition universelle), elle peut se suffire à elle-même. Toutes les villes ne peuvent accueillir les jeux olympiques, et il est

<sup>12</sup> Jean-Pierre Charbonneau, *Collectivités locales : seulement une question d'institutions*, 2008.

bien plus efficace de construire une stratégie solide, embrassant les courts, moyens et longs termes et s'attaquant à la réalité et à la complexité de l'Urbain.<sup>13</sup>

C'est dans cette optique que sont explorés des thèmes immatériels : la culture, l'éducation, les services, la vitalité économique, les loisirs, la richesse de la vie sociale ou des moments collectifs (les fêtes, le sport...etc.). Mais aussi la rénovation urbaine, parlant donc de l'habitat mais aussi bien des parcs, des squares, des jardins et des boulevards, ce qui se résume dans l'espace public.

## **I. 6- Les mesures de l'attractivité :**

### **6-1- Mesures objectives :**

Le pouvoir d'attraction d'une ville peut se mesurer très objectivement en calculant son solde migratoire qui est le résultat des flux entrants et sortants de populations. Une manière plus détournée consistera à observer l'évolution des prix de l'immobilier, résultant d'un effet de valorisation des villes. En découle un autre type de classement, plus complexe à interpréter. L'attrait, lui, peut être mesuré par ce que l'on nommera l'effet « file d'attente », autrement dit les demandes de mutations des salariés, par exemple, ou celles de visas d'immigration. La recherche de logement peut aussi être prise en compte.<sup>14</sup>

### **6-2- Mesures subjectives :**

Les mesures subjectives se dévoilent généralement au travers d'enquêtes d'opinions ou d'audits urbains. Si l'on veut connaître le niveau d'attraction effective d'une ville, on interrogera ses habitants sur leur satisfaction ; ou bien, on questionnera les entrants sur l'intensité de leur motivation et sur la diversité des motifs qui président à leurs choix. L'attrait, lui, concerne avant tout ceux qui souhaiteraient habiter telle ou telle ville ; ce sont leurs opinions que l'on questionnera. Chose qui peut être notée sur les réseaux sociaux et sites internet. Comme le précise Julien Damon et Cusin François, « Les opinions comptent beaucoup en matière d'attractivité, notamment en ce qui concerne l'attrait qui en est l'aspect le plus psychologique et symbolique ».<sup>15</sup>

<sup>13</sup>Jean-Pierre Charbonneau, *Développement urbain, attractivité et vie démocratique locale*, 2008.

<sup>14</sup> Cusin François, Damon Julien, *L'attractivité des villes*, Synthèse étude menée de janvier à avril 2010, P 08. Sur : [www.lafabriquedelacite.com](http://www.lafabriquedelacite.com), 2010.

<sup>15</sup> Cusin François, Damon Julien, *L'attractivité des villes : définitions, enjeux et mesures*. P12. 2010.

### I. 7- Composantes de l'attractivité urbaine :

Enquêtes et palmarès dressent des instances de l'attractivité des villes, établissant ainsi entre elles une véritable compétition. Mais si l'on souhaite cerner plus finement l'attractivité d'une ville, il est préférable d'en questionner tous les facteurs. Ainsi, le tableau ci-dessous propose neuf (09) déterminants de l'attractivité définis à la fois par un caractère objectif et un caractère symbolique.<sup>16</sup>

COMPOSANTES	RESSOURCES OBJECTIVES	RESSOURCES SYMBOLIQUES
<b>Géographique</b>	-Géographie physique : proximité de la mer d'un fleuve, zone frontière, espaces naturels, etc. -Le territoire tel qu'il a été façonné à travers l'histoire.	-Valeur paysagère attribuée à un espace urbain. -Valeur symbolique (lieu de mémoire, etc.)
<b>Géopolitique</b>	-Position au sein des réseaux interurbains. -Accessibilité. -Externalités de réseau.	-Sentiments de centralité.
<b>Démographique</b>	-Poids et dynamisme démographiques. -Caractéristiques des populations présentes et évolutions récentes.	-Image des populations et de leurs modes de vie.
<b>Economique</b>	-Croissance du BIP, situation du marché de l'emploi, rémunérations, inégalités.	-Image de la ville auprès des actifs, des entrepreneurs et des médias.
<b>Sociale</b>	-Qualité de vie (commerces, offre de loisirs, criminalités, environnements, etc.). -Capacité à intégrer les populations présentes sur le territoire, notamment les nouveaux entrants, et à	-Image de la ville, qualité de vie, convivialité, ambiance, ouverture des habitants perçue par les ménages (locaux ou extérieur) et par les médias. -Cosmopolitisme mesure et vécu.

<sup>16</sup> Cusin François, Damon Julien, *L'attractivité des villes : définitions, enjeux et mesures*. P08. 2010

	<p>faire cohabiter des populations différentes.</p> <p>-Cout de la vie, cout de logement.</p>	
<b>Infrastructurale</b>	<p>-Offre d'équipements et services aux personnes.</p> <p>-Ressources éducatives (de maternelle à université).</p> <p>-Services sanitaires et sociaux.</p> <p>-Services de mobilité (du vélo aux aéroports).</p>	-Appréciations et réputations de la qualité des services.
<b>Institutionnelle</b>	<p>-Position dans le système politique national et international.</p> <p>-Organisation du pouvoir local.</p> <p>-Montant des recettes fiscales.</p> <p>-Politiques sociales locales.</p>	<p>-Rayonnement politique de la ville.</p> <p>-Image médiatique des élus.</p> <p>-Rayonnement national ou international des élus.</p>
<b>Culturelle et patrimoniale</b>	<p>-Infrastructures culturelles.</p> <p>-Monuments historiques et architecturaux.</p> <p>-Monuments du passé, partie intégrante de l'identité de la ville.</p> <p>-Sites touristiques.</p>	<p>-Réalizations récentes et attirantes, gages de modernité.</p> <p>-Notoriété médiatique.</p>
<b>Environnementale</b>	<p>-Espaces verts.</p> <p>-Politiques de protection de l'environnement.</p>	-Capacité à être reconnue comme ville responsable et durable.

**Tableau 01** : Les neuf déterminants de l'attractivité définis par un caractère objectif et symbolique.

**Source** : *L'attractivité des villes*, Synthèse étude menée de janvier à avril 2010. P08. Sur :

[www.lafabriquedelacite.com](http://www.lafabriquedelacite.com)

## I. 8- Motifs et cibles de l'attractivité urbaine :

La question de l'attractivité de la ville se trouve au centre des stratégies actuelles de réaménagement urbain. Elle n'est pas univoque, l'attractivité économique (ex : l'implantation des entreprises dans la ville), est l'objectif le plus recherché des collectivités locales. Mais aussi la culture et les loisirs qui visent surtout l'amélioration du cadre de vie urbaine et touristique, sont un objectif primordial de l'attractivité urbaine. Ainsi émerge la question « attirer qui ? », pour définir pour quelle attractivité choisir.<sup>17</sup> Depuis les années 1980, s'est développée la compétition entre villes, à l'échelle nationale et internationale. Dans cette circonstance, les villes mettent tous leurs efforts qu'elles déploient pour attirer des capitaux (qu'ils soient dans la construction de bureaux, dans la création d'activités, ou dans la construction de logements...etc.). A côté de ce type d'attractivité qui vise essentiellement des entreprises, investisseurs ou réalisateurs, et/ou des nouveaux résidents (à condition qu'ils soient solvables), il en existe un autre type d'attractivité qui a pour cible le touriste, pour lequel, la ville se dote d'infrastructures et de lieux d'accueil de haute qualité.

D'autres personnes sont concernées par cette attractivité, notamment les personnes éduquées et talentueuses pour lesquelles la ville adopte un management reflétant le label de la ville. Cette dernière doit identifier ses principaux concurrents (d'autres villes ou régions) et construire une stratégie de marque capable de délivrer de la valeur. Cette stratégie se fonde sur la gestion de son image de marque, ce qui implique deux éléments de base : premièrement **identifier les publics-cibles** et deuxièmement trouver **des points d'image et un positionnement forts**, différenciateurs et crédibles.<sup>18</sup>

Il s'avère que les publics auxquels s'adresse la ville sont multiples et n'ont pas nécessairement la même importance stratégique. Ils se composent de plusieurs catégories et principalement de : **Touristes** (qui ne sont pas une population homogène et qui méritent d'être segmentés), **visiteurs** (ou touristes d'affaires), **investisseurs** (en particulier les investisseurs étrangers directs) **expatriés, étudiants, résidents, commerçants, media et facilitateurs ou relais** (telles que les tours opérateurs, les compagnies aériennes...etc.).<sup>19</sup> Ces publics ont des attentes différentes parfois contradictoires, des comportements et des sources d'information propres et ont des sentiments et des relations avec la ville, manifestés par l'architecture, culture, la musique, la nourriture, mais aussi par la créativité, l'authenticité, la diversité, la tolérance, l'ouverture d'autres, la chaleur humaine, l'innocence, la sagesse...etc. Ces relations des publics à la ville méritent d'être gérées pour

<sup>17</sup> Hubert Gérardin et Jacques Poirot, *L'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel*, 2010.

<sup>18</sup> Boris Bartikowski, *Les villes ont-elles une personnalité ?* Revue française de gestion, 2009.

<sup>19</sup> Boubacar Basse, *The brand, a concept applicable to the country*, 2015.

maintenir les sources de confiance, d'attachement et d'engagement dans une relation à long terme qui stabilise les populations et les investissements, qui sont la source de visites répétées et qui sont à même d'attirer de nouveaux clients.

Quant aux points d'images ou les motifs pour attirer les publics, des solutions adaptées la personnalité de la cité doivent être trouvées. En effet, non seulement le contexte urbain n'est jamais le même, mais tel projet pertinent ici sera un contre-sens ailleurs. D'autre part les capacités financières ou de maintenance, les techniques utilisées, les ressources humaines par exemple sont différentes. Plutôt que de ne faire que « parachuter » des professionnels extérieurs qui ne restent pas sur le territoire, il est autrement plus intéressant de solliciter les ressources locales, permettant de posséder les savoirs, les milieux professionnels, les méthodes à même de conduire son évolution.<sup>20</sup> Il s'agit de traiter du confort, de la mise en valeur de la cité, dont les solutions peuvent être trouvées dans des projets dits « Urbains » qui visent une image attirante de la ville. Ainsi cette dernière aura recours à la création d'un parc construction d'un équipement régional, à des logements reconstruits mais à la requalification de ses espaces publics et leur gestion quotidienne. En considérant aussi les motifs propres au domaine de l'économie par la disponibilité des terrains reposant sur une politique foncière, la constitution de pôles géographiques reliant universités, organismes de recherche et activités, les transports intérieurs et extérieurs efficaces, des informations crédibles en direction des entreprises, une bonne lisibilité de la stratégie publique, le soutien actif du secteur privé, de bons professionnels...

Ceci permis d'identifier dix-neuf critères pour évaluer l'attractivité territoriale d'une ville :

- 1- Accessibilité des marchés.
- 2- Infrastructures de télécommunications.
- 3- Disponibilité des Ressources Humaines.
- 4- Flexibilité des ressources humaines.
- 5- Qualité de vie pour les salariés.
- 6- Qualité de l'offre culturelle et de loisirs.
- 7- Charges et couts salariaux.
- 8- Stabilité de l'environnement politique et économique.
- 9- Stabilité de l'environnement / climat.
- 10- Qualité des pôles d'innovations et de recherches.
- 11- Pratique des langues.
- 12- Capacité à recruter des hauts potentiels internationaux.

---

<sup>20</sup> Jean-Pierre Charbonneau, *Développement urbain, attractivité et vie démocratique locale*, 2008

- 13- Promotion à l'international.
- 14- Capacité hôtelière et d'accueil d'événements.
- 15- Niveau de la fiscalité locale et les aides publiques.
- 16- Les actions en matière de protection et de développement local.
- 17- La disponibilité et le cout de l'immobilier d'entreprise.
- 18- Les infrastructures de transports.
- 19- La qualité de l'enseignement de de la formation internationale<sup>21</sup>

### **9. Critères d'attractivité urbaine de la ville :**

Traiter la ville comme un territoire, nous oblige d'entamer une perspective selon plusieurs disciplines, économique, sociale, urbaine...etc. Alors les critères d'attractivité cités au-dessus (19 points.) sont plus ou moins généraux.

Suivant notre recherche sur l'attractivité urbaine et la définition de la ville, nous pouvons déduire ces critères d'attractivité d'une ville, sur son échelle urbaine :<sup>22</sup>

- 1- Situation géographique assurant le confort
- 2- Stabilité de l'environnement/climat.
- 3- Les infrastructures de transports
- 4- Capacité hôtelière et d'accueil.
- 5- Equipements et services publics.
- 6- Disponibilité des terrains.
- 7- Rentabilité du parc foncier.
- 8- La disponibilité et le cout de l'immobilier d'entreprise.

---

<sup>21</sup> IAAT, Institut atlantique d'aménagement des territoires, *Attractivité territoriale : Perception et identification*, 2007.

<sup>22</sup> Auteur.

## II. Concepts liés à l'attractivité urbaine :

### II. 1- La Compétitivité urbaine :

La mondialisation de l'économie conduit à une compétition toujours plus exacerbée entre les territoires à l'échelle de la planète. Après avoir été longtemps une tendance marquant le domaine de l'économie, une compétition ouverte entre les entreprises, ce phénomène s'est élargi sur les environnements accueillant ces entreprises, intéressant ainsi les domaines d'aménagement du territoire et celui de l'urbanisme, on peut dire que cette notion renvoie sur deux courants scientifiques, la géographie et l'économie.

**La compétitivité** : est le caractère de ce qui est compétitif. C'est l'aptitude d'une personne, d'un sportif, d'une entreprise, d'un secteur économique, d'une organisation, de l'économie d'un territoire ou d'un pays, à faire face à la concurrence, qu'elle soit effective ou potentielle<sup>23</sup>. Pour un territoire, elle est dite la capacité de produire des biens et services qui passent le test des marchés internationaux (performance économique), tout en maintenant des niveaux de revenus élevés (performance sociale) et durables (performance patrimoniale).<sup>24</sup>

Si on revient à l'échelle urbaine, La compétitivité considère les régions urbaines comme des entités en concurrence les unes avec les autres et dont la position concurrentielle repose sur une certaine dotation en facteurs socio-économique qui concourent à rendre certaines régions urbaines plus attractives et innovantes que d'autres.

La notion de compétitivité est apparue la 1<sup>ère</sup> fois dans le livre blanc de J. Delors en 1993. Mais la notion complétée de la compétitivité territoriale est introduite pour la première fois dans les textes européens avec le conseil européen de Berlin (mars 1999.)<sup>25</sup>

Une variété des facteurs, conditions et acteurs peuvent d'une manière ou d'autre, affecter la compétitivité urbaine, on peut les classer en quatre (04) catégories, **Les facteurs humains**, qui incluent la compétence et l'expertise des travailleurs, leurs créativité et talents, les formations et qualité d'enseignement appliqués dans une zone urbaine donnée. La deuxième catégorie est dite **institutionnelle**, elle comprend l'efficacité des réseaux administratifs locaux, les stratégies de développement de la ville et la façon avec laquelle la ville s'est installée (lois et règlements.) Une troisième catégorie des facteurs, est **les facteurs physiques**, les infrastructures, emplacement et accessibilité et les ressources naturelles de la ville. Les derniers facteurs classés, sont les **facteurs**

<sup>23</sup> Armand Farrachi, *Petit lexique d'optimisme officiel*, 2007.

<sup>24</sup> *A la compétitivité territoriale, Etude générale*. Disponible sur : [www.territoires.gov.ma](http://www.territoires.gov.ma)

<sup>25</sup> Éliassalde Bernar, Santamaria, *Lexique de l'aménagement du territoire européen*, 1999.

**économiques**, y compris la structure économie, système fiscale, l'accès de niveau de salaire Local à capital dans la ville, en outre des institutions locales de recherche scientifique et développement expérimental<sup>26</sup>

Les politiques de la compétitivité sont de plus en plus répandues à différents niveaux d'intervention, les villes doivent être capables de coordonner leur environnement politique, économique, institutionnel, mais aussi naturel. Elles disposent donc de leviers plus ou moins importants selon les compétences et indépendances de chacune au sein de leurs pays respectifs. Un premier levier qui en englobe plusieurs, du fait de sa transversalité, est celui de **l'aménagement du territoire** (urbanisme, environnement et architecture.) Un autre levier recouvre le domaine institutionnel ou plus largement organisationnel, par la mise en place des modes de **gouvernance métropolitaine**. Un troisième levier peut être identifié dans **le domaine financier** à travers des aides fiscales dirigées vers certains types d'entreprises ou domaines d'activités. Enfin, un levier unanimement reconnu et mentionné dans les différentes politiques urbaines ou régionales : **le capital humain**. **L'urbanisme** peut être un facteur de compétitivité urbaine si les aménagements sont réfléchis de façon à optimiser l'espace et le développement des activités qui s'y produisent. En termes de stratégies, les orientations de développement urbain contenues dans les documents d'urbanisme (à différentes échelles) et l'architecture déterminent l'offre et la nature des habitations, (le nombre, l'aspect esthétique et le respect de l'environnement, par le choix des matériaux ou des techniques visant les économies d'énergie et par la protection de vastes espaces naturels pour la conservation et/ou à des fins touristiques). Cela représente un levier pour retenir des populations, notamment lorsqu'il existe un accompagnement par des politiques qui peuvent favoriser l'accès à la propriété pour des classes moyennes. **L'architecture** peut aussi être un levier de compétitivité par l'entrée d'innovations, tel que l'art considéré comme un moteur de la créativité, qui intervient sur le design de l'habitat, liant ainsi les aspects architecture, urbanisme, paysage, peinture, sculpture et technologies en ville...<sup>27</sup>

Nous déduisons, que tous ces leviers (Urbanisme, architecture et art) visent la compétitivité des villes, mais surtout ont un objectif bien précis est celui de rendre la ville attractive, de marquer sa singularité vis-à-vis de ses concurrentes.

## II. 2-Les métropoles :

Les villes se sont donc toutes alignées sur les standards internationaux pour attirer les investisseurs et la classe créative. Cette « compétitivité » pour capter une ressource rare

---

<sup>26</sup> Jolita Sinkiene, *City competitiveness concept, Factors, Model*.

<sup>27</sup> Mathieu Vidal, *L'urbanisme peut être un facteur de compétitivité urbaine si les aménagements sont réfléchis de façon à optimiser l'espace et le développement des activités qui s'y produisent*. Thèse Doctorat, 2006.

entraîne une véritable course à l'investissement (centres de congrès, technopoles, opérations pour développer les immeubles de bureau...) et à l'image (marketing urbain grands événements politiques, culturelles...) ces stratégies sont complétées par des mesures et des actions visant à créer un bon business climat. Ces attributs confèrent à ces villes le caractère d'une **métropole** voire d'une *global city*.

Etymologiquement, **une métropole** est une **ville-mère**. Elle se définit comme (une agglomération de taille significative par rapport à son environnement, dotée d'équipements, commandant une zone d'influence étendue).<sup>28</sup>

Devenir une métropole nécessite le passage par le processus, appelé *métropolisation* qui est un phénomène mondial fortement lié aux évolutions récentes des politiques publiques, des nouvelles techniques de transport et de communication ainsi qu'aux comportements des acteurs économiques, il concerne donc aussi le territoire et ses métropoles moyennes. **La métropolisation** se définit comme l'exercice de forces centripètes conduisant à la concentration des activités économiques, en particulier des fonctions tertiaires supérieures, et des hommes dans les espaces urbains les plus peuplés.<sup>29</sup>

Les métropoles mènent toutes aujourd'hui une stratégie en vue d'augmenter leur **compétitivité**, sur la scène nationale et internationale. Cependant ces stratégies ne peuvent être tout à fait identiques d'une métropole à une autre, en raison des données géographiques et historiques, qui leur confèrent des avantages comparatifs divers et des choix réalisés entre les leviers dont elle dispose.

Une bonne partie des conditions requises pour que les villes améliorent leur compétitivité sont des avantages comparatifs<sup>30</sup> (et non des avantages compétitifs) de localisation (Positionnement en carrefour, flux économiques, avoir un aéroport, un port et un réseau ferroviaire et autoroutier suffisant...etc.) La structure interne de la ville peut par ailleurs être source d'avantages comparatifs à travers la répartition des différentes fonctions urbaines et des groupes de population.

A contrario, les avantages compétitifs<sup>31</sup> relèvent des capacités qui sont rares et qui doivent être exploitées par les villes, régions ou pays qui les possèdent. Ces avantages ne sont donc pas des données inhérentes à un lieu et non reproductibles ailleurs. Il s'agit davantage de capacité de créer rapidement, d'accumuler et d'utiliser des savoirs, plus

---

<sup>28</sup> Dumont Gérard François, *L'attractivité métropoles moyennes en France*, (2006), In article issu de l'étude réalisée pour la DIACT (Délégation interministérielle à l'aménagement et à la compétitivité des territoires) sur population avenir.

<sup>29</sup> Idem.

<sup>30</sup> Cepod, *Evolution du concept et de la mesure de la compétitivité*, (2008). Document de travail.

<sup>31</sup> Idem.

rapidement que les autres compétiteurs, ce qui peut, en théorie, être réalisé dans n'importe quel lieu.

Nous pouvons dire alors, que **l'attractivité** d'une **métropole** est en fonction d'un ensemble d'éléments : une image, des animations, des sites et des activités, une accessibilité, décor, des hébergements..., Il s'avère que l'attractivité est un des objectifs visé par la métropole pour rester dans **compétition** car chaque ville cherche donc à mettre en place sa propre stratégie qui peut être appliqué en court ou long terme.

## II. 3- L'évènementiel :

Dans le cadre de **la compétitivité** et de **l'attractivité urbaine**, tous les champs sont devenus propices à la concurrence : l'économie, la culture, le tourisme, les infrastructures, les transports...Mais le domaine qui marque le plus cette course est l'organisation événementielle.

L'évènementiel suscite l'attention autour des figures contemporaines de la ville. Ainsi émerge la ville dite « la ville 24h/24 », « la ville éphémère, festive, événementielle », « la ville en mouvement » et surtout, tout récemment « la ville à la carte ». Les villes se donnent de plus en plus en spectacle, ce dernier a fini par envahir la scène **métropolitaine** et à remplir les calendriers par des « saisons urbaines\* ». <sup>32</sup>

Il dérive du mot événement qui est défini comme « Ce qui se produit, un fait, une circonstance »<sup>33</sup>, est « fêtes, festivals ou rites qui célèbrent à la fois la mémoire, l'identité et l'appartenance renouvelée et la ville. L'art et la culture sont souvent convoqués : fête de la musique ou du cinéma, nuits blanches (Rome, Madrid, Paris, Bruxelles, Riga...), nuit des arts (Helsinki) ou nuit des musées (Munich. . .). » <sup>34</sup>

L'évolution sociétale actuelle et les transformations des modes de vie notamment dans la ville font apparaître l'évènementiel sous une forme plus précise, tel que l'événement urbain festif (EUF), qui peut être défini comme « une action urbaine éphémère mais cyclique liée au domaine des loisirs, liée fortement au pouvoir public municipal figurant en tant qu'organisateur unique ou partenaire. Une action urbaine dont l'enjeu principal est la rupture flamboyante avec le quotidien, fondée sur la mise en scène d'une expérience sociale et sensorielle sur **l'espace public**, dans une ambiance festive maîtrisée, accessible à tous.

---

<sup>32</sup> Gwiazdzinski L, *Le rôle de l'éphémère et de l'évènementiel dans les dynamiques de la ville de 24 heures*, (2006), chronotropes apparu dans le compte rendu du colloque *l'évènementiel et les villes touristiques*, par l'association des géographes français AGF. 2009.

<sup>33</sup> Petit Larousse illustré (2006), p439.

<sup>34</sup> Gwiazdzinski L, Op.cit.

»<sup>35</sup>. Ainsi l'évènementiel fait preuve du dynamisme des associations, des collectivités, des entreprises, nécessitant une préparation rigoureuse.

L'intérêt accordé à l'évènementiel, dans les villes occidentales, peut se situer dans les années 1980<sup>36</sup>, où les événements qui se sont multipliés et se sont diversifiés. C'est à partir de là que le rôle de l'évènementiel dans la politique urbaine est devenu un enjeu majeur de l'attractivité des territoires urbains. Toutes approches catégorielles confondues, les grands événements (artistiques et culturels, sportifs, festifs) sont devenus des moments privilégiés pour mobiliser les habitants, les acteurs institutionnels et économiques, et attirer des visiteurs et des touristes. Les enjeux sont importants en termes d'impact sur l'image, l'aménagement urbain, l'environnement, le développement économique et le développement touristique. L'évènementiel apparaît de plus en plus comme une des manières de **façonner la ville**, impulsant une véritable dynamique urbaine. Aussi, est-il devenu source d'innovation, de créativité et s'inscrit de plus en plus dans un projet urbain.

Dans les rapports entre événement et espace urbain, plusieurs cas de figures peuvent se présenter. Ils varient de l'événement cantonné dans un équipement existant et fonctionnant en bulle fermée pendant l'ensemble de sa durée, au cas de l'événement qui pendant sa durée irrigue largement une partie du territoire urbain. L'inscription territoriale peut ainsi varier à des degrés divers. Ceux-ci sont à la fois le reflet des politiques d'acteurs institutionnels ou festivaliers, qui programment tel ou tel équipement, ou de la réaction plus ou moins spontanée des publics et du marché qui répondent à la dynamique de l'événement.<sup>37</sup>

Pour conclure, l'évènementiel s'inscrit donc dans le temps et dans l'espace, intéressant les villes compétitives, c'est dans ce cadre qu'émerge une attention particulière sur **les espaces publics**, autant que lieux rassemblant différentes catégories d'usagers, et autant que réceptacles d'usages quotidiens et exceptionnels. L'image de la ville est véhiculée à travers ces événements, notamment d'échelle mondiale ou régionale, qui donne l'occasion aux métropoles d'exister sur la scène internationale dans le rang des villes compétitifs.

---

<sup>35</sup> Miranda M, *L'évènementiel urbain festif*, une réponse aux modes de vie actuels, (2008)

\*Saisons urbaines : appelées aussi « saisons culturelles » désignant la programmation d'une saison d'événements culturels pour une période donnée.

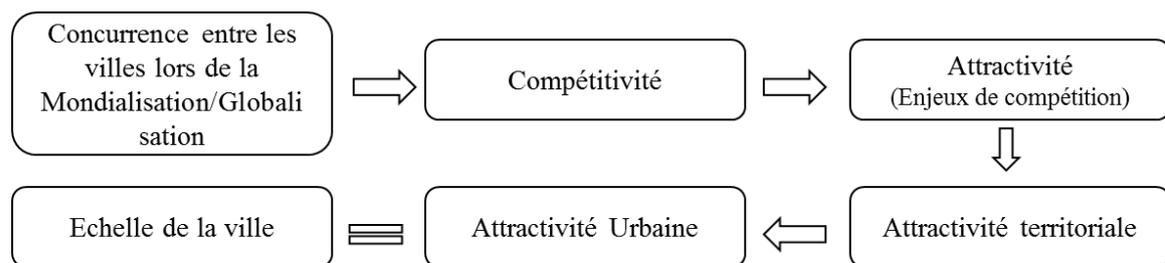
<sup>36</sup> Burgel G, *La ville spectacle, est-elle une fiction*, 2000.

<sup>37</sup> Ministère de la culture Française, *L'inscription territoriale et le jeu des acteurs dans les événements culturels et festifs, Villes et festivals : Synthèse*, 2002.

### III. Conclusion du Chapitre 01 :

Les concepts énoncés au-dessus dans ce chapitre, à savoir *Compétitivité urbaine*, *Métropolisation*, *Attractivité urbaine* et *Évènementiel*, sont le sujet des débats actuels, un enjeu accéléré par le fait de la mondialisation, il est exprimé à travers plusieurs caractères en fonction de chaque discipline, parlant par exemple des aménagements urbanistiques sur le niveau spatial d'une ville donnée.

Pour rester dans la course, ils existent des exigences et des conditions, parmi elles, l'attractivité urbaine, elle exprime le désir de venir et rester dans une ville, en offrant une qualité de vie adéquate garantie par des leviers comme l'évènementiel, un moteur qui génère l'image unique et singulière de chaque ville urbaine, cela se concrétise par un ensemble de mesures visant à fabriquer la ville contemporaine et à créer des nouvelles urbanités.



Récapitulation du Chapitre 01.

Source : Auteur.



**Chapitre 02 :**  
**L'espace public générant  
de l'attractivité urbaine**



La notion d'espace public a attiré l'attention de plusieurs acteurs de plusieurs disciplines et, à chaque fois un sens différent. Donc après son émergence en philosophie et en politique dans les années 1960, la notion d'espace public est connue entre 1960 et 1970, en sociologie, et urbanisme ; « *L'expression "espace public" est intégrée au vocabulaire de l'urbanisme au cours des années 1970* »<sup>38</sup>

Elle a été considérée comme une notion complexe, avec une définition de catégorie par l'opposition des concepts soit disant le concept d'espace public ouvert et son opposant l'espace public fermé. Puis s'est renouvelée en 1990 pour atteindre les études faites sur la privatisation des espaces publics.<sup>39</sup>

L'espace public est un aspect de qualité qui occupe, sous ses différentes formes une bonne place au sein des préoccupations des villes quel que soit leur importance, elle devient le synonyme « d'image de la ville », et son « identité », avec la recherche des solutions pour remédier les effets de la grande période d'urbanisation, recréer et aménager la ville.

### **I. Définitions de *L'espace public* :**

Le dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement et Larousse ont défini l'espace public successivement comme : « l'espace public comme la partie non bâtie affectée à des usages publics, formé par une propriété et par une affectation d'usage »<sup>40</sup>. et « une surface, un volume, une étendue affectée à un usage public »<sup>41</sup>. Il existe également les bâtiments publics (mairie, mosquée, école, centre commercial...etc.)

D'après M, De Sablet : « *Les espaces collectif sont à la fois : Des espaces formels, espaces en creux, définis par les bâtiments qui les bordent ; Des espaces de vie et de sociabilisations ou se déroulent les activités propres à la vie collective d'une ville.* »

Les urbanistes lui attribuent diverses acceptations : espace communautaire espace collectif, sphère publique...Etc. Où on retrouve que ces derniers peuvent être perçus comme : « Espaces collectifs urbains, appelés encore espaces publics ou espaces extérieurs. Sont constitués par l'ensemble des lieux ouverts à tous. Ils sont généralement sous la responsabilité des collectivités publiques ou parfois du droit privé. Ils sont le plus souvent en plein air, mais peuvent être partiellement ou totalement couverts »<sup>42</sup>. « Ils sont les vides

<sup>38</sup> Bassand M, Compagnon A, Joye D, Stein V : *Vivre et créer l'espace public*, Ed PPUR Lausanne, 2001, p35.

<sup>39</sup> Voir pour la même réflexion Stein, V. *La reconquête du centre-ville : du patrimoine à l'espace public*, Thèse de Doctorat, département de Géographie, Université de Genève, 2003.

<sup>40</sup> Pierre Merlin & François Choay, *dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*, Paris, PUF, 1988, p 273.

<sup>41</sup> Grand dictionnaire Larousse, Paris, 1983, p387.

<sup>42</sup> Sablet M, *Des espaces publics urbains agréables à vivre*, places rues, squares, et jardins. Edition le moniteur, Paris, 1991, p13.

nécessaires entre les bâtiments qui structurent la ville ..., qui ont façonné au cours des siècles son images ». <sup>43</sup> Et par la même réflexion aussi Thierry Paquot dans son livre « L'espace public » explique la différence entre les deux dimensions en résumant : « L'espace public est un singulier dont le pluriel —les espaces publics ne lui correspondent pas. En effet, l'espace public évoque non seulement le lieu du débat politique, de la confrontation des opinions privées que la publicité s'efforce de rendre publiques, mais aussi une pratique démocratique, une forme de communication, de circulation des divers points de vue ; les espaces publics, quant à eux, désignent les endroits accessibles au(x) public(s), arpentés par les habitants, qu'ils résident ou non à proximité. Ce sont des rues et des places, des parvis et des boulevards, des jardins et des parcs, ... » <sup>44</sup>

La notion de L'espace public existe donc plusieurs discipline par exemple elle a été la problématique de recherche du sociologue Isaac Joseph qui identifie très bien la problématique de l'espace public et son importance lorsqu'il le définit à la fois comme un « espace abstrait qui se construit et s'élabore dans le parler-ensemble de deux ou plusieurs locuteurs (la conversation) et l'espace physique et sensible de deux étrangers (la rue) »

Il existe trois approches nécessaires pour une meilleure compréhension des espaces publics, qui sont <sup>45</sup> :

- La forme : C'est-à-dire la morphologie de l'espace, sa mise en scène, ses dimensions.
- La fonction : c'est la première fonction pour laquelle l'espace a été réalisé.
- L'usage : ce sont les différentes pratiques de l'espace, ce en quoi il est converti ou plutôt à quoi il sert aujourd'hui, c'est l'élément le plus important et le plus déterminant en vue d'une meilleure compréhension de l'espace.

---

<sup>43</sup> NARBOURI R, *La lumière urbaine, Eclairer les espaces publics*, édition le moniteur, Paris, 1995, p37.

<sup>44</sup> Thierry Paquot, *Introduction, La Découverte « L'espace public »*, 2009, p. 3

<sup>45</sup> Samali, M. *Les espaces publics entant que lieux De manifestation des faits urbains*, cas de la ville nouvelle Ali Mendjeli, Université Mentouri Constantine, 2008.

### **Synthèse :**

L'espace public, c'est donc un espace plus ou moins grand, parfois entouré de formes bâties, celles-ci contribuent donc pleinement à sa définition. La rue et la place ou encore le jardin, à ciel ouvert, sont les premières formes qui viennent à l'esprit. Cet espace peut être défini selon deux dimensions matériel (de point de vue technique et physique) et immatériel (de point de vue politique et son sens abstrait), on peut également ajouter les bâtiments publics (mairie, mosquée, école, centre commercial...etc.)

Il représente l'espace partagé et le lieu de rencontre par excellence car il est libre d'accès, gratuit et fréquentable par tous et ouvert pour l'ensemble des usagers où il est un espace que s'approprient les individus par leurs activités. Contrairement à l'espace privé qui est fermé et clôturé.

Son ouverture n'est pas seulement la liberté d'accès mais aussi, on trouve que la communication et la circulation se font sans entraves, composé aussi bien d'édifices que d'espaces verts que peuvent être les parcs et les jardins.

## **II. Aperçue historique sur *les espaces publics* :**

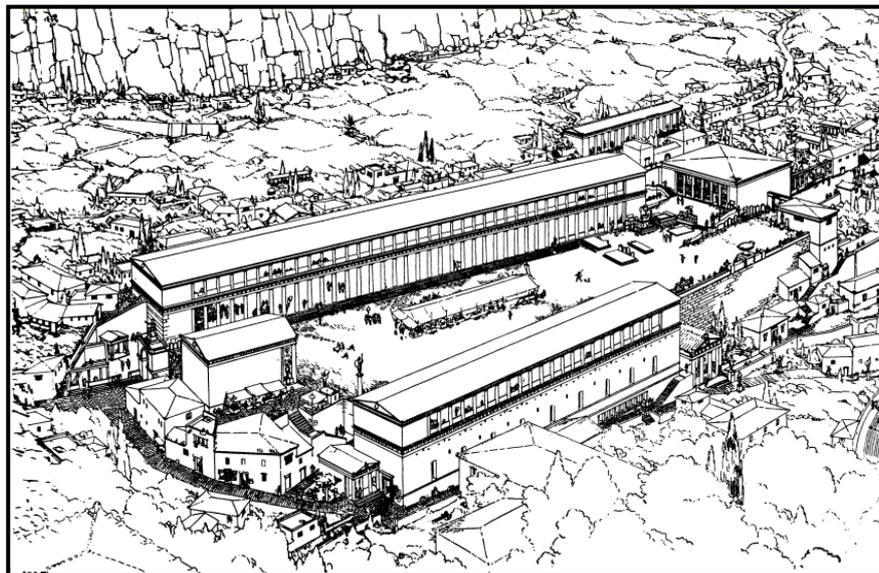
### **1- L'agora grecque :**

En grec moderne « Agora » c'est le lieu de marché. Ou L'agora est le support de la vie économique de la cité, tractations commerciales ... En grec ancien (du verbe Ageirein : se rassembler) ;

Au XIII<sup>e</sup> siècle av. J.-C. en Grèce, L'agora est un lieu en plein air spécialement aménagé occupe le cœur de la ville grecque, réunit les fonctions essentielles de la cité, de forme irrégulière entourée de bâtiments publics réservée au débat démocratique ou aux manifestations religieuses.

Et par la suite il devient l'espace de la discussion entre les différentes tribus dans la nouvelle Athènes ; « Lieu essentiel des rites religieux et des procédures de justice de la part de la communauté durant la période archaïque, il se transforme pour accueillir la fonction politique et devient à partir de l'époque classique le lieu de rencontres et d'échanges par excellence. Depuis le Ve siècle av. J.-C., selon le plan de Milet et l'apport d'Hippodamos, la forme de l'agora est régularisée par une géométrie précise qui sera la règle pendant la période hellénistique et romaine. Désormais le type ordinaire est un espace dégagé, de

forme pas toujours, régulière, bordé d'un double rang de colonnes, au fond desquelles sont disposés des locaux de petites dimensions destinés à diverses affectations »<sup>46</sup>.



**Figure 01 :** L'agora hellénistique d'Assos.  
Source : Bertrand (M.J), Listowski (H), 1984

Nous remarquons donc, ce qui rendait un espace public « L'agora grecque » attractif :

la situation favorable au cœur de la ville ; la polyvalence fonctionnelle ; le rencontre et le débat.

## 2- Le forum romain :

Les romains étaient conscients de leur infériorité vis à vis de la civilisation grecque. Ils ne cherchaient pas à les égaier, ils y prenaient leurs exemples et les interprétaient selon leur propre esprit. Donc ils ont cherché à manifester leur suprématie par un art impérial. D'où vient ce « forum » romain, qui est une notion véhiculé les mêmes images de l'Agora, avec des différents forums formaient une sorte de réseaux de places, plus spécialisées et complémentaires de leurs fonctions qui se superposaient fréquemment.

Ces forums étaient :

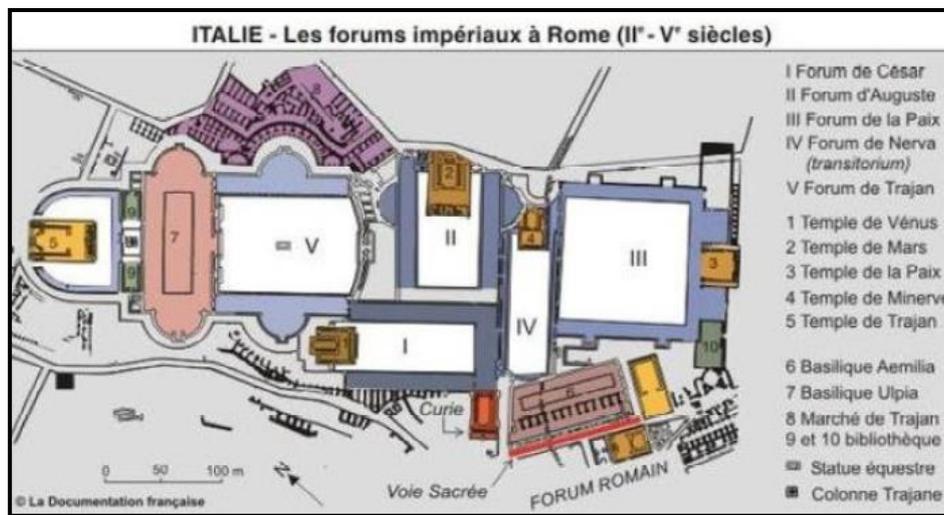
Le forum Boarium : était affecté au commerce des animaliers (Bœufs), et à des activités liées au port fluvial attenante ;

Le champ de Mars (Campo Marsio) : De vocation militaire, il était encore utilisé pour les parades, les fonctions civiques de recensement et de vote ;

<sup>46</sup>Ananiandou\_Tzimopoulou, M. Yerolympos, A. Vitopoulou, A. *L'espace public et le rôle de la place dans la ville grecque moderne. Évolution historique et enjeux contemporains*, Études balkaniques, 14, 2007, p 27-52.

Le Forum Romanum : On lui attribué des activités judiciaires et politiques autour du curie, religieuses ou populaires, similaires à celles de l'Agora, mais encore plus développées. Ainsi que se déroulé des formalités d'impôts, et enchères le grand jour des marchés publics.

« L'empire Romain transforme le sens d'agora par celle de Forum, au cours de la cité, Rome fait passer l'agora d'un espace des citoyens à un espace dédié aux loisirs urbains des citadins. Elle se transforme en un espace d'ostentation dominé par les temples et reliés aux lieux de spectacles : les cirques, les amphithéâtres, les odéons [...] Le forum Romain anticipe sur nos conceptions des équipements publics et des espaces de loisirs et de consommation, tout comme nos cités administratives et nos quartiers d'affaires »<sup>47</sup>



**Figure 02 :** Rome, les forums impériaux aux IIe - Ve siècles

Source : [www.ladocumentationfrancaise.fr](http://www.ladocumentationfrancaise.fr)

Nous remarquons donc, ce qui rendait un espace public « Le forum romain » attractif :

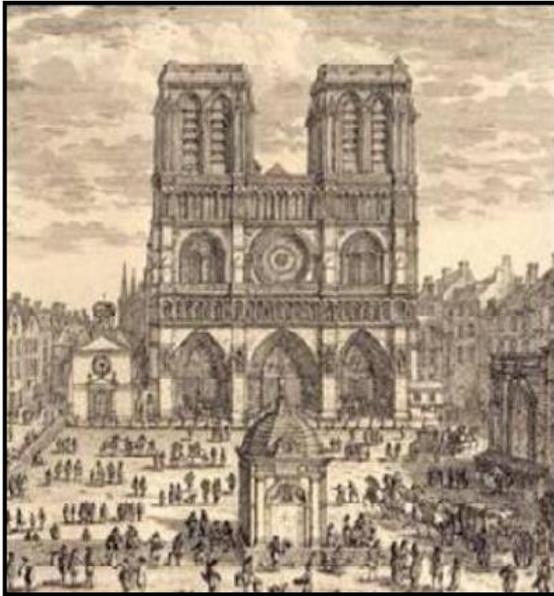
la suprématie et la grandeur ; l'organisation des activités selon des forums ; le loisir par l'organisation des cirques, des amphithéâtres et mêmes les odéons.

### 3- L'espace public au moyen âge :

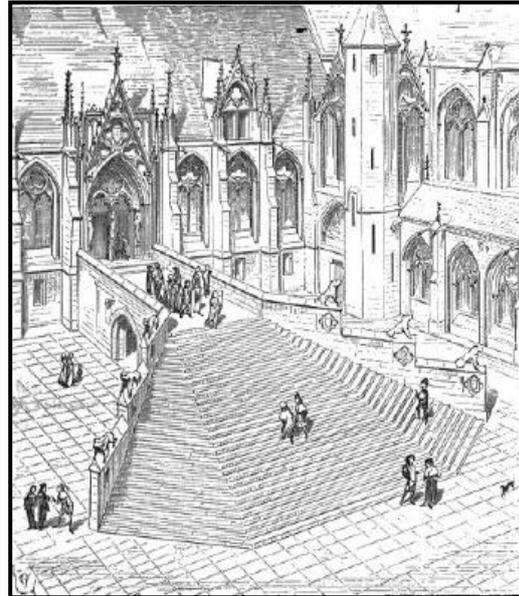
L'organisation morphologique de la ville du moyen âge n'était soumise à aucune règle. L'espace urbain se développait spontanément autour du parvis (place ou espace libre, qui s'étend devant l'entrée principale d'une église) des marchés et des églises. Qui sont fusionnées dans un seul espace, mais plus souvent, ces deux espaces sont distincts et adjacents.

<sup>47</sup> Zimmermann, M et Toussaint, J.-Y, *User, observer, programmer et fabriquer l'espace public*. Lausanne : Presses polytechniques et universitaires Romande, Lausanne 2001.

« Les premiers espaces publics des villes du moyen âge naissent progressivement des lieux de transition et sur les interstices frontaliers. [...] Les marchés sont donc les premiers espaces à se constituer en espaces publics, la place du marché devient centrale, l'essor économique favorise l'urbanisation et l'émergence de villes neuves ou de villes militaires qui s'organisent autour de la place du marché »<sup>48</sup>.



**Figure 03 :** Parvis d'église à l'époque médiévale.  
Source : [www.bordeaux.catholique.fr](http://www.bordeaux.catholique.fr)



**Figure 04 :** La place de Notre Dame de Paris.  
Source : [www.bordeaux.catholique.fr](http://www.bordeaux.catholique.fr)

Nous remarquons donc, ce qui rendait un espace public « du moyen âge » attractif :  
les activités commerciales au premier lieu ; la situation favorable aussi devant les entrées principales des églises et mêmes des marchés.

#### 4- L'espace public de la renaissance et la période classique :

« Avec la renaissance, l'art urbain n'a d'abord donné lieu qu'à des palais et jardins, des places et des fontaines »<sup>49</sup>

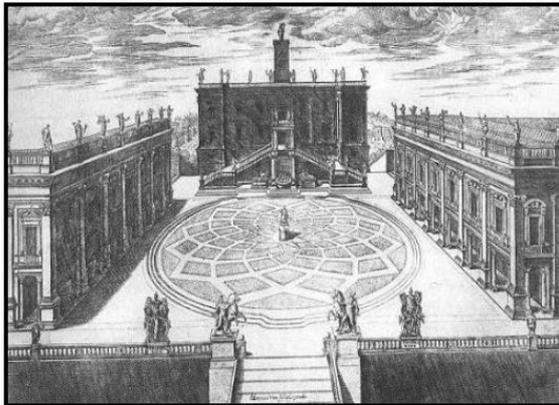
La Renaissance est à la fois une période de l'histoire et un mouvement artistique. Ou cette période apporte des changements considérables dans la manière de traiter les espaces publics caractérisées d'une touche plutôt autoritaire, généralement pour des fins militaires et qui va persister dans le temps.

<sup>48</sup> Zimmermann, M et Toussaint, J.-Y, *User, observer, programmer et fabriquer l'espace public*. Lausanne : Presses polytechniques et universitaires Romande, Lausanne 2001.

<sup>49</sup> Ministère de l'équipement et du logement, *Espaces publics, Ed. Documentation française*, Paris 1992, p 24.

En opposition aux rues étroites et irrégulières des villes médiévales, l'urbanisme de la renaissance se caractérise par des rues larges, régulières, en étoile ou en circonférence, mettant en perspective l'espace urbain. Selon C. SITTE « *au Moyen-âge et pendant la Renaissance, les places urbaines jouaient encore un rôle vital dans la vie publique, et par conséquent il existait encore une relation fondamentale entre ces places et les édifices publics qui les bordaient* »<sup>50</sup>

Et ce n'est qu'au XVIII<sup>e</sup> siècle que furent créés les premiers jardins et allées vertes dessinées aux publics, la plupart du temps sous une forme monumentale. « La vie sociale urbaine, les échanges et le commerce continuèrent d'exister, mais dans les rues et quartiers moyenâgeux qui purent échapper aux pompes, marque, semble-t-il, des pouvoirs autoritaires. Les futures trouées du Bron Haussmann et les bouleversements apportés par la civilisation industrielle en seront la continuation d'autant plus naturelle que les pouvoirs issus de la Révolution française, eux aussi autoritaires, ne firent rien pour modifier cette conception simple et « forte », réductrice de la complexité de la ville. Si la création de nombreux squares et jardins (2000 ha) est généralement mise à l'actif du second empire, certains y voient aussi le début de la sectorisation des espaces publics »<sup>51</sup>.



**Figure 05** : La place de capitole à Rome.  
Source : [www.wikimapia.org](http://www.wikimapia.org)



**Figure 06** : Place des Vosges, Paris.  
Source : [louislavache.blogspot.com](http://louislavache.blogspot.com)

Nous remarquons donc, ce qui rendait un espace public de «la renaissance» attractif : la favorisation des échanges et des commerces ; l'organisation spatiale et la monumentalité.

<sup>50</sup> Sitte C, *L'art de bâtir les villes*, Seuil, Paris, 1996 (1889), p 33.

<sup>51</sup> Sablet M, *Des espaces publics urbains agréables à vivre*, places rues, squares, et jardins. Edition le moniteur, Paris, 1991.

## 5- L'espace public et la ville du 20ème siècle :

Grace au quatrième congrès international de l'architecture moderne (C.I.A.M) établi par les urbanistes du mouvement moderne en 1933, où la charte d'Athènes publiée en 1943, était dominée par les idées de le Corbusier, où on trouve le principe de zonage en découpant l'espace urbain en quatre zones indépendantes selon les quatre fonctions clefs : habiter-travailler-circuler- se recréer.



**Figure 07 :** La place des Trois Pouvoirs, Brasilia.  
Source : [www.flickr.com](http://www.flickr.com)

L'espace public continu de fonctionner comme avant mais avec une forte variété d'organisation, et plus d'animation et des évènements. Il a été polarisé autour des lieux publics, se caractérisant par le fait d'être des espaces clos avec différentes formes et dimensions, et destinés à des citoyens usagers.

Nous remarquons donc, ce qui rendait un espace public du « 20eme siècle » attractif : la forte richesse et l'organisation spatiale et fonctionnelle ; l'évènementiel et la multimédia.

### Synthèse :

L'évolution historique des espaces publics, a permis d'évaluer les différents changements de ce concept. Commençant par l'agora qui était le centre de la cité grecque abritait les principales fonctions de la ville, notamment, les activités politiques. C'était le centre démocratique. Le forum véhicule les mêmes aspects, mis à part la fonction politique qui était transférée vers d'autres lieux. Passant par le moyen âge ou l'espace public se développait spontanément autour du parvis. Vers un espace aménager avec manière artistique caractérisée d'une touche plutôt autoritaire dans la période de la renaissance. En arrivant enfin, à la période moderne ou ce concept a connu une forte variété d'organisation et un grand intérêt pour l'aménagement.

L'évolution historique des espaces publics affirme bien que ce concept a connu un grand développement, ainsi que des différentes formes et significations d'une période à une autre selon l'organisation sociale et spatiale de cette dernière.

Cette étude défend la qualification de l'espace public comme un concept multidimensionnel et pluridisciplinaire qui nécessite une clarification conceptuelle. Néanmoins, les éléments qui la définissent ont pu être clarifiés à travers trois univers de référence complémentaires mais non compensatoires : univers du logement cadre de vie et

l'environnement social, jouant le rôle d'un support de la vie urbaine ; sociale, économique et relationnelle, etc. Ils sont aptes à offrir un paysage propre et typique d'une région précise. En distinguant aussi plusieurs critères qui ont rendu au cours de l'histoire, l'espace public attractif ; parmi lesquelles nous citons : L'ouverture au public ; l'originalité et la singularité ; la grandeur et la monumentalité ; les échanges et les débats ; l'animation et loisir ; la technologie et la multimédia ; la polyvalence et l'organisation fonctionnelle ; l'évènementiel.

### III. Classification des *espaces publics* :

L'espace public a des multiples classifications selon sa forme, sa fonction et sa situation ; Donc on distingue : la place ou esplanade, rue, boulevard ou avenue, mais aussi voie périurbaine ou voie rapide. Il prend la forme de parking, jardin, placette, square, grand parc urbain ou bord de rivière ; Selon F.Choay et P.Merlin (2010) : « l'espace public est une notion de laquelle découle différentes typologies spatiales, cet espace comporte aussi bien des espaces minéraux, des espaces verts, et des espaces plantés ».

#### 1- La rue :

Le mot rue vient du latin « ruga » qui signifie chemin bordé de maisons ou de murailles dans une agglomération.

Selon le dictionnaire LAROUSSE, une rue est une voie de circulation routière aménagée à l'intérieur d'une agglomération, habituellement bordée de maisons, d'immeubles, de propriétés closes.



**Figure 08** : La rue Mouffetard. (PARIS).  
Source : <http://www.legoutduvoyage.com>

« La rue constitue donc un système de lieux proches les uns des autres, mis en relation par des pratiques. »<sup>52</sup>

<sup>52</sup>Antoine Fleury, *La rue : un objet géographique ?* 2004 .p 33-44

## 2- Ruelle :

La ruelle est une rue étroite ou de petite dimension, ils sont des voies d'accès secondaires.

Les ruelles sont des voies d'accès, qui desservent les habitations, elles ont un rôle important dans la structure de l'implantation de bâti .... La ruelle répond donc à d'autres usages : circulation piétonne, jeux, commerce, lieux de rencontre. L'aménagement de ruelle peut donner une certaine cohérence au lotissement dans le cas d'une coopération en lots



**Figure 09** : Une rue dans la ville de bordeaux  
Source : <http://www.vjoncheray.fr>

Libres.<sup>53</sup>

## 3- Le boulevard et l'avenue :

« Les avenues et ces boulevards deviennent vite les principaux axes de circulation des biens et des personnes, mais ils sont conçues comme de véritables places linéaires, dotées d'un riche décor urbain. »<sup>54</sup>.

Le boulevard est un terme vient du flamand *Bolwerc*, qui dans le langage militaire désigne une « fortification extérieure d'une place forte constituée par un terre-plein en avant des remparts »<sup>55</sup>.

Selon le dictionnaire Larousse le boulevard est un large voie de communication urbaine établie dans les villes sur l'emplacement des anciens remparts.

Comme une définition technique le boulevard représente donc une voie relativement importante avec quatre voies de circulation ou plus et de larges allées piétonnières sur ses bords.

Tandis que l'avenue est une large voie urbaine généralement rectiligne et plantée d'arbres conduisant à un bâtiment officiel. D'après le dictionnaire Larousse.

<sup>53</sup> Samali, M, *Les espaces publics entant que lieux de manifestation des faits urbains*, Cas de la ville nouvelle Ali Mendjeli, Université Mentouri Constantine, 2008.

<sup>54</sup> *Fabrique espace public*, p 38.

<sup>55</sup> *Les Grands Boulevards, une création parisienne*, <http://www.unjourdeplusaparis.com>.



**Figure 10** : Avenue Émile Zola Bruxelles.  
Source : fr.academic.ru



**Figure 11** : Boulevard Champs Élysées  
Source : www.wikiwand.com

#### 4- Le rond point :

*« Les nœuds sont les points focaux et stratégiques dans lesquels un observateur peut pénétrer, et les principaux types en sont soit les points de rencontre de voies, soit des concentrations de certaines caractéristiques. »* (Kevin Lynch, 1976)

Selon LAROUSSE le rond-point est une place circulaire ou semi-circulaire où convergent plusieurs allées, avenues ou rues.



**Figure 12** : Rondpoint à Tonnay Charente  
Source : <http://trobenet.centerblog.net>

Le rond-point c'est un terme apparait au XVII<sup>e</sup> siècle dans le vocabulaire des jardins pour désigner le point de rencontre de plusieurs allées rayonnantes. L'aménagement urbain s'approprie ce terme au siècle suivant pour nommer une place créée dans un environnement rural ou périurbain gagné par l'urbanisation, et dont la fonction de carrefour est importante.

### 5- Le trottoir :

Le trottoir est la partie latérale des voies, réservé aux piétons. Il sert à une limite de la partie vouée à la circulation des voitures.

« Les trottoirs constituent un élément de liaison essentiel des réseaux piétonniers car ils permettent d'isoler le piéton des dangers de la circulation

routière. Ils doivent être adaptés aux

Ressources de mobilité de tous et garantir une continuité de cheminement. »<sup>56</sup>



**Figure 13 :** Le trottoir de la rue King Kitchener (Ontario)  
Source : [www.placestogrow.ca](http://www.placestogrow.ca)

### 6- La place publique :

Du latin « platea » la place publique est un espace public non bâti desservi par des voies, affecté aux piétons et aux véhicules, au revêtement généralement minéral et d'édicules divers. (Gauthiez .B, 2003).

La place aussi est « *Un grand espace vide par le moyen duquel on puisse*

*jouir de l'aspect sur quelque superbe édifice* »<sup>57</sup>



**Figure 14:** Plaza Mayor, Madrid.  
Source: <http://commons.wikimedia.org>

Elle représente donc un lieu public dans un espace découvert généralement entouré de constructions. Ou elles est révélatrice du mode de vie urbain dans l'histoire. Les places publiques se construisent soit par apports successifs, soit dans une composition unique.

<sup>56</sup> Basile Barbey, *un espace public pour tous, guide pour une planification cohérente*, France, 2007.p 18-19.

<sup>57</sup> Robert-Max Antoni, *Place publique, Extrait du Vocabulaire français de l'Art urbain*, <http://www.arturbain.fr>.

## 7- L'esplanade :

L'esplanade est un terme qui dérive de l'italien « *spinare* » qui signifie (aplanir), c'est un terrain aménagé devant un édifice, une maison, pour en dégager les abords, ou sur une hauteur, d'où l'on peut découvrir les environs

« *L'esplanade est un terrain aménagé devant un édifice, une maison, pour en dégager les abords. C'est un terrain aménagé sur une hauteur, d'où l'on peut découvrir les environs.* » (Dictionnaire Le Robert).

## 8- Le jardin public :

Le jardin public est une notion qui apparaît au (XIX<sup>ème</sup> siècle), qui signifie le lieu de promenade et d'agrément, enclos accessible par le public, cultivé par certaines plantations et arbres.

« *Le jardin public est un espace vert urbain, enclos, à dominante végétale, protégé des circulations générales, libre d'accès, conçu comme un équipement public et géré comme tel* ». <sup>58</sup>



**Figure 15 :** Jardin public de Coutances (France)  
Source : <http://colnem.eklablog.com>

## 9- La cour urbaine :

Vient du mot latin « *Cahors-ortis* » la cour est un coin fermé, c'est un espace découvert, entouré de murs ou de bâtiments, fait partie d'une habitation, d'un édifice administratif scolaire, qui souvent s'ordonne d'elle » <sup>59</sup>.

La cour est un lieu d'échange et de rencontre, peut être ouverte ou fermée, public ou privé. C'est une expression juridique qui désigne un espace libre dont l'usage est partagé par une communauté de résidents dont les habitations entourent la cour. Elle joue un rôle de distributeur des bâtiments qu'elle dessert et assure la liaison avec les espaces publics. Donc elle génère la transition entre l'espace privé et l'espace public.

<sup>58</sup> Merlin, P et Choay, F. *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*, édition : PUF, Paris, 2000, p320, p434.

<sup>59</sup> Dictionnaire Larousse, 2014.

### 10- Le square :

Du mot anglais (« carré »), de l'ancienne française esquarre, équerre : petit jardin public, généralement entouré d'une grille et aménagé au milieu d'une place<sup>60</sup>.

Ce concept apparaît au XVIIe siècle en Angleterre puis en France au XVIIIe siècle et sa définition se diffère dans les deux contextes. « Le square, dans son acception française, est un jardin public formé au centre d'une place bordée de façades, contourné par les circulations. Il ne doit pas être confondu avec le square londonien, espace libre au centre d'un îlot quadrangulaire, réservé à l'usage des riverains, à l'origine espace minéral servant de cour qui fut ensuite souvent planté »



**Figure 16:** Jackson Square, New Orleans  
Source: <http://blog.prcno.org>.

Il représente donc une petite place comprenant un jardin public central, et qui sert à un lieu de dépaysement et de tranquillité il peut couvrir un espace laissé libre par le tracé d'une voie nouvelle.

### 11- Le marché :

Le marché, de « *Marchiet* » est apparu en 1080 provient du latin « *Mercatus* » qui signifie marchandise<sup>61</sup>.

C'est un lieu public de vente et de service, où se tient une réunion périodique de marchands de denrées alimentaires et de marchandises d'usages courant.

Depuis l'antiquité le marché a pris une place importante dans l'émergence et le développement des villes. Du temps qu'il a été le centre de ces dernières chez les Grecs et les Romains jusqu'au devenir le générant du commerce dans nos jours.

<sup>60</sup> Le Petit Robert. 2014.

<sup>61</sup> Sahli.F, *La répercussion de la politique urbaine en Algérie sur l'espace public*, Cas de la ville de M'Sila, mémoire magister. Université M'Sila, 2009.

## 12- Les équipements publics :

Selon F. Choay et P. Merlin (2010), l'espace public est une notion de laquelle découle différentes typologies spatiales, cet espace comporte aussi bien des espaces minéraux, des espaces verts, et des espaces plantés. On peut également ajouter les bâtiments publics (mairie, mosquée, école, centre commercial...etc.) Comme une autre catégorie de l'espace public. L'espace public est caractérisé par sa qualité particulière qu'elle réside dans le droit de l'accessibilité à toutes les catégories des citoyens. Cette nature se manifeste dans plusieurs infrastructures. L'un de ces derniers est l'équipement public parce que les espaces publics ne peuvent pas se réduire seulement aux espaces dits ouverts comme : les réseaux de rues, les places ou les jardins...etc.

(Les musées, les cinémas, les cafés, les centres commerciaux, les mairies, les postes ainsi que les services publics...) représentent aussi des lieux de rencontre d'échange et de débat. Donc ils sont aussi par excellence une autre catégorie de l'espace public.



**Figure 17 :** le musée de Guggenheim  
**Source:** Archikey, By Dohr Boon.



**Figure 18 :** La poste Paris Ternes  
**Source :** <http://www.skateboard.com>

**Synthèse :**

Notre étude sur les types des espaces publics nous a permis de structurer une classification, selon le caractère spatial et fonctionnel de ces espaces, voire les limites, l'aménagement, activité et fonction...etc.

Espace public ouvert		Espace public fermé
Espace de circulation EPC	Espace d'animation, détente et loisir EPO	Equipement public. EPF
- Boulevard - Avenue - Rue - Ruelle - Rond-point - Trottoir	- Place publique - Esplanade - Jardin public - Cour urbaine - Square - Marché	

**Tableau 02** : Classification des espaces publics.  
Source : Auteur.

**IV. Caractéristiques des *espaces publics* :**

La ville est représentée spatialement par l'espace privé et l'espace public. Ce dernier se caractérise par une pluralité, tant du point de vue des lieux qu'il occupe, des formes et des usages qu'il supporte.

**1- Différents lieux :**

Selon les différentes échelles et les situations des espaces publics dans un territoire, il s'avère que ces derniers ont différentes appréhensions, dans les centres historiques et traditionnels, ils sont souvent un lieu d'affirmation de forte urbanité (architecture monumentale, présence d'institutions et de services, commerces...). Dans les quartiers proches des centres historiques, ils sont un lieu où l'expression de la vie urbaine locale est très présente (services et commerces de proximité, lieux de détente, transport en commun...). En périphérique, l'espace public se situe dans des secteurs résidentiels ou dans des lotissements périurbains, parfois déstructurés, sans qualité esthétique, ni convivialité (pieds de tours, grands centres commerciaux, espaces de commerces...).

## 2- Différentes formes :

L'espace public est multiple par sa forme, il est place ou esplanade, rue, boulevard ou avenue, mais aussi voie périurbaine ou voie rapide. Il prend la forme de parking ou de zone industrielle, de centre commercial ou de grand ensemble. Il peut être jardin, square, grand parc urbain ou bord de rivière, mais peut prendre aussi les formes les plus simples ou les plus saugrenues telles que talus planté, délaissé végétalisé, ilot directionnel, ilot central de giratoire, terre-plein... Ces espaces participent à l'image de la ville.

## 3- Différents usages :

L'espace public peut être abordé à travers ses usages, dont les plus évidents sont :

- L'usage commercial
- L'usage culturel et festif : théâtres de rue, cortèges, concerts, bals, fêtes religieuses, manifestations sportives,
- L'usage civil défilés patriotiques et/ou protestataires, cortèges, campagnes électorales, discours et assemblées de toutes sortes, inaugurations,
- L'usage de mobilité : modes et rythmes de déplacement,

Cependant, l'espace public n'est pas seulement un espace fonctionnel : il est aussi un lieu de vie et de rencontres, un espace de flânerie et de rêverie, de découverte.

Il faut noter aussi qu'un seul espace peut accueillir plusieurs activités, qui peuvent être périodiques ou permanentes.

## 4- Différents acteurs :

Les acteurs des espaces publics constituent une bonne importance dans la compréhension, l'explication des espaces publics mais aussi pour les actions déclenchées à leur égard. Par ce terme « d'acteur », est sous-entendu l'individu ou le groupe, ou l'organisation qui initie une action et qui a des effets directs ou indirects sur son entourage et son environnement. Quatre types d'acteurs étroitement interdépendants peuvent être définis pour les espaces publics : les acteurs économiques, les acteurs politiques, les professionnels de l'espace et habitants usagers-citoyens(HUC)<sup>62</sup>.

v. **Enjeux des espaces publics** : Les espaces publics assument des rôles importants dans une métropole, ces rôles deviennent des enjeux qui sont les usages précédemment cités avec leurs effets, quatre enjeux interdépendants qui peuvent être définis<sup>63</sup> :

---

<sup>62</sup> Bassand M, Compagnon A, Joye D, Stein V : *Vivre et créer l'espace public*, p16.

<sup>63</sup> Bassand M, Compagnon A, Joye D, Stein V, Op.cit. p17.

- Enjeu de mobilité qui implique à tout l'urbain et à tous les citoyens ;
  - Enjeu de sociabilité qui signifie que tous les citoyens peuvent selon des modalités diverses rencontrer tous les citoyens ;
  - Enjeu d'identité ;
  - Enjeu des usages civils, festifs et culturels, commerciaux plus ou moins réguliers.
- Concernant l'enjeu de la mobilité, la recherche urbaine met en exergue le fait que l'une des caractéristiques les plus importantes du citoyen contemporain est sa mobilité. La participation de ce citoyen à la structure métropolitaine dépend donc de la mobilité. Elle inclut les transports publics eux-mêmes considérés comme des espaces publics de sociabilité non négligeables.

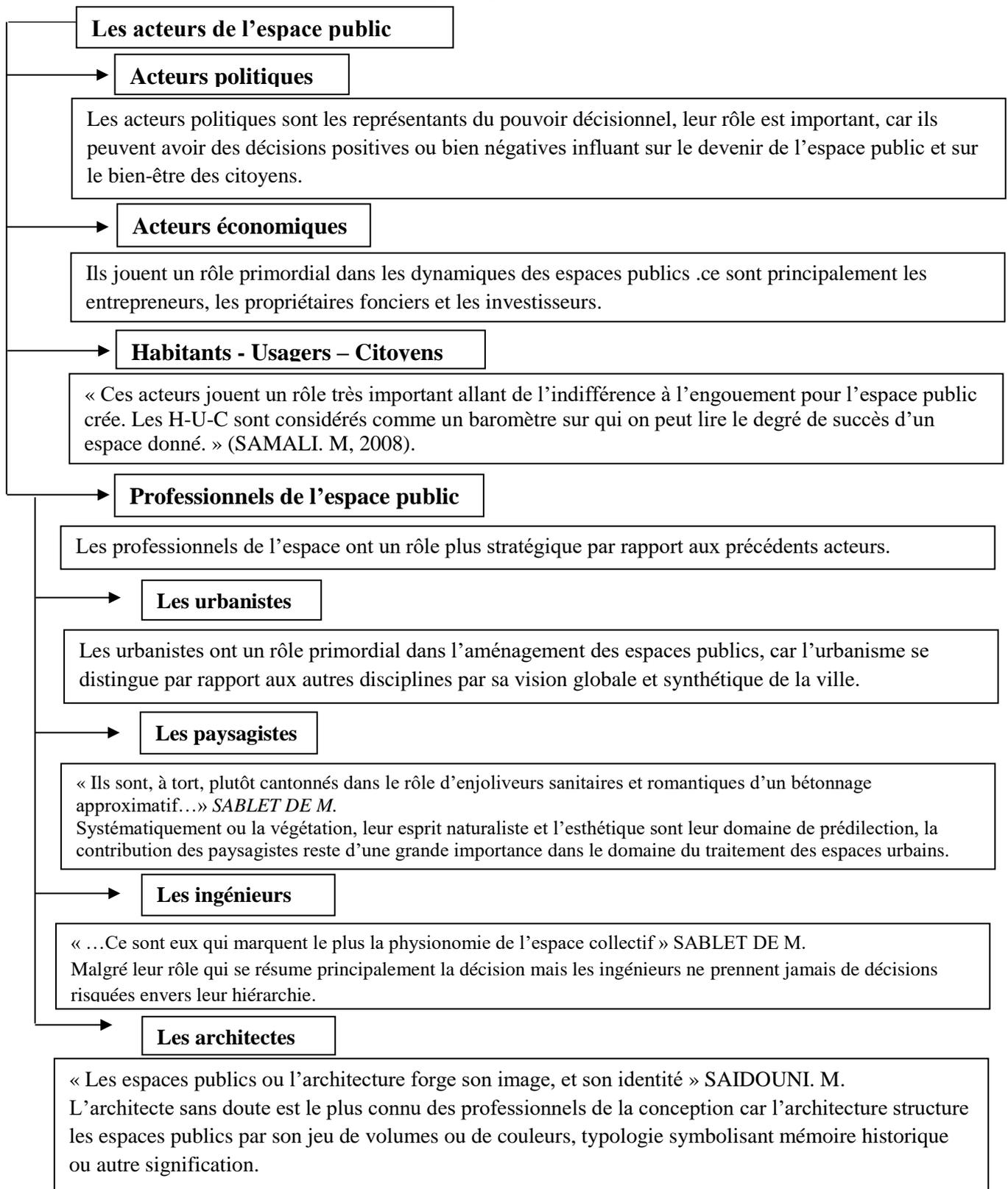
La sociabilité est constitutive de la solidarité sociale, de la cohésion des groupes, des collectivités, des organisations et des sociétés. Elle peut prendre des formes infimes : créer côtoiements, frôlements, regards furtifs... Certes, il existe d'autres instances qui participent à créer la sociabilité tels que l'âge, le genre, l'ethnie, les catégories socioprofessionnelles..., inscrits dans une forme d'espace public. Par le concept d'identité, il est entendu l'image de soi qu'un acteur s'efforce de construire par rapport à autrui. La forme urbanistique et architecturale des espaces publics d'une métropole, avec la manière dont elle solutionne les enjeux de la mobilité, d'usages publics, de sociabilité, permettent de construire une identité, une image de marque, assurant attractivité et la singularité de la ville. Les usages dans l'espace public peuvent être réguliers, quotidiens (transit, flânerie...) et peuvent être éphémères. Il s'agit d'usages commerciaux, festifs et civils, selon Zepf<sup>64</sup> : « regroupant les usages commerciaux saisonniers, les animations culturelles et festives: théâtre de rue, cortège, concerts, bals, fêtes religieuses, manifestations sportives, et enfin les manifestations sociales et civiques. ». Il s'ensuit que ces espaces peuvent avoir l'importance d'un « espace- enjeux », qui est entendu comme, « un espace géographiquement délimité en ville, souvent doté de propriétés spécifiques (patrimoniales, naturelles, centrales) qui s'insère dans des zones urbaines faisant l'objet d'une opération de renouvellement urbain »<sup>65</sup>. Ces espaces avec leurs différents usages, deviennent un laboratoire pour les urbanistes.

---

<sup>64</sup> Zepf M, *Concevoir l'espace public, les paradoxes de l'urbanité : analyse socio-spatiale de quatre places lausannoises*, Thèse no 1994, EPFL, Lausanne.1991, p 11.

<sup>65</sup> Pradel B, *L'urbanisme temporaire : Signifier les "espaces- enjeux" pour réédifier la ville*. Compte rendu du colloque : Espaces de vie, enjeux : entre investissements ordinaires et mobilisations politiques, Université Rennes P 02, 5-6-7.

## VI. Les acteurs de l'espace public :



**Schéma** : des acteurs de l'espace publics.

**Source** : Auteur.

## VII. *Les espaces publics dans les métropoles :*

La mondialisation et la métropolisation vont de pair et donnent naissance à des métropoles. Ces phénomènes ne peuvent être sans conséquences sur les espaces publics. Ainsi, il est observé que ces processus redoutables génèrent des disfonctionnements imposant l'enchevêtrement et la surexploitation de ces espaces qui peuvent devenir des non lieux, du fait que les sociétés informationnelles, programmées et métropolisées transforment fatalement le citoyen en un usager confiné à son ordinateur. En effet, plusieurs auteurs avancent la fin des espaces publics avec l'arrivée des télécommunications, à leur tête l'Internet avec ses réseaux donnant naissance à des espaces publics et des places publiques virtuelles. Cette menace n'est pas à négliger, mais il est bien de souligner que certes ces moyens de télécommunication banalisent ce qui se médiatise, mais valorisent ce qui leur échappe les ambiances, la sociabilité, la rencontre fête, l'échange...

il en ressort que les espaces publics sont « *l'épine dorsale des villes contemporaines* »<sup>66</sup>, intervenant pour la qualité du cadre de vie mais aussi pour une qualité de vie décente, notamment par les places publiques qui répondent aux différents assurant la proximité du commerce, la vie commune, la végétation... Une forme complexe qui nécessite d'être abordée en profondeur.

## VIII. *Les espaces publics et l'évènementiel :*

Les événements de différents genres (culturels, historique, sportifs...) sont devenus des moyens pour l'attraction. Les villes prennent cette dernière comme moteur pour leur développement.

Ces événements rendent les espaces publics plus animés et devient ainsi une scène à ciel ouvert pour tous les passants de lieu, habitants, touristes, sont alors des spectateurs tendent à se participer à ces manifestation « *En ces cas, passants et habitants deviennent aussi des spectateurs et on attend d'eux qu'ils participent à la manifestation* »<sup>67</sup>.

Cette scène est décorée par les différents éléments et aménagements matériels urbains éphémères et permanents constituant ainsi un tout agencés : « Il est d'autres situations où l'animation de l'espace s'insère dans le projet même d'aménagement et se veut pérenne quoique soumise aux rythme urbains. Ainsi, les murs végétaux donnent vie aux façades selon les saisons, les jets d'eau opposent leur bruissement aux bourdonnements du trafic,

---

<sup>66</sup> Bassand (m), Compagnon (a), Joye (d), Stein (V) : *Vivre et créer l'espace public*, Op.cit.

<sup>67</sup> Pichon Pascale, *revue Ambiances*, <http://ambiances.revues.org/163>, Direction Générale des Patrimoines, 2015, p3.

les nuages d'eau invitent les passants à jouer, les plates-bandes et les embellissements végétaux dessinent des motifs, l'œuvre d'art devient un repère surprenant. »<sup>68</sup>.

### **Conclusion du chapitre 02 :**

L'espace public apporte la signification de l'espace collectif par excellence. Il représente en effet la façade des fonctionnalités des habitants et des usagers, à savoir : les rencontres, les communications, les loisirs, les activités et le commerce, et ainsi que les services. C'est le centre de la vie urbaine et sociale.

Une notion importante, représente la vitrine où la ville forge son image et son identité, et qui est manifestement à interprétations pluridisciplinaires.

L'évolution historique des espaces publics, de l'agora jusqu'à la ville du 20ème Siècle, a permis d'évaluer les différents changements de ce concept, spécialement dans la forme d'une période à une autre selon l'organisation sociale et spatiale de cette dernière. Mais nous avons constaté que ce concept a toujours gardé son aspect, d'être l'espace relationnelle de participation, de s'exprimer, de vie commune et d'échanges.

L'étude spatiale et urbaine, ainsi que la fonctionnalité des entités, nous a permis de distinguer plusieurs appellations, classés dans trois (03) grandes familles ; Ces dernières nous les avons qualifiés pour être groupés sous le terme « espaces publics ». Ces familles sont : les espaces publics de circulations EPC (les réseaux routiers, les ronds-points, les trottoirs) ; les espaces publics ouverts EPO (les places, les placettes et les jardins) ; Et enfin les espaces publics fermés EPF, à savoir les équipements publics.

Après notre étude sur l'espace publics, Nous pouvons le qualifier comme le noyau de toute les villes, et le générant de la vie sociale, donc c'est par son amélioration, on peut améliorer ces dernières.

---

<sup>68</sup> Ibid. p5.

## Conclusion de la Partie 01 :

D'après notre étude des concepts *Attractivité urbaine* et *Espace publics*, nous avons pu tirer la mise en relation entre eux, et ça s'exprime dans **les critères d'attractivité urbaine dans les espaces publics, et qui se regroupent sous quatre (04) grandes familles :**

### • Critères urbanistiques :

- **Situation :** L'implantation de l'espace doit être réfléchie pour être favorable.
- **Triangulation :** Le flux vers différents espaces qui entourent un endroit, engendre la convergence de ces flux vers ce dernier, même qu'il serait éphémère, mais ça génère un point en commun temporel entre les visiteurs.
- **Auto congestion :** « Ce qui attire la foule, c'est la foule ! » L'auto congestion s'explique par le fait que les gens ont tendance de visiter les sites ou il y a déjà du monde, le premier défi pour créer ce type d'attractivité est de générer les premiers visiteurs, les autres vont suivre par conséquence.
- **Ouverture au public :** La liberté d'accéder à un espace et lui rendre accueillant.
- **Confort (Soleil, vent, arbre, eau) :** Etre exposé suffisamment au soleil, protégé du vent mais bien aéré, ombragé d'arbres et près d'une fontaine, ce sont des facteurs qui produisent le confort indispensables de toute catégorie pour un espace donné.

### • Critères architecturaux :

- **Justesse et richesse architectural :** des formes et styles architecturaux qui plaît aux yeux des observateurs.
- **Originalité et singularité :** Avoir sa touche spécifique et unique rend un objet observable et attirant, ça intrigue le sens d'exploration.
- **Ancienneté et valeur historique :** le caractère patrimonial intrigue une sensation nostalgique lié à cet endroit.
- **Grandeur et monumentalité :** la majesté de l'endroit qui écrase le sens de l'observateur.

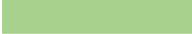
### • Critères fonctionnels :

- **La vivacité :** la présence des lieux de sociabilité et les services qui participent au plaisir des usagers.
- **Événementiel :** Les fêtes, les événements et festivals accueillis par un espace.

- **Animation et loisirs** : La présence des activités qui génère une fréquentation importante.
- **Polyvalence fonctionnelle** : la capacité d'accueillir plusieurs fonctions.

• **Critères innovatifs** :

- **Technologie et Multimédia** : être à jour aux tendances technologiques qui attire la strate de jeunesse, ainsi l'amélioration des services par l'outil d'informatisation.
- **Questionnement** : L'œuvre architectural peut fournir ce critère, parlant au juste sur les édifices ayant un style architectural qui intrigue une sensation d'interrogation « Comment cette structure peut tenir ? » « Pourquoi ? Comment ? » Le style, la philosophie, voire même une réflexion architecturale qui reflète cette sensation fortement, est le Déconstructivisme,



**PARTIE 02 :**  
**L'attractivité urbaine dans les espaces publics.**  
**(Etude des exemples)**

Dans cette partie de notre recherche, nous allons initier une analyse sur quelques espaces publics, suivants les trois groupes que nous avons cité au-dessus, Les espace publics fermés (EPF), les espaces publics de circulation (EPC) et les espaces publics ouverts, Jardins et places (EPO).

Le choix des exemples était multiple, à fin de bien cerner tous les enjeux de notre thème. Les villes étrangères étudiées sont déjà connues par leur attractivité urbaine, Paris, Bruxelles, Barcelone et Bilbao, chacune suivant son propre échelle. Concernant les exemples locaux nous avons essayé de toucher plusieurs strates culturelles en Algérie, dans plusieurs régions, Est, Centre et Ouest, Béjaïa, Alger et Tlemcen respectivement.

Notre analyse sera appliquée selon les critères d'attractivités tirés dans la partie une (01), parlant des critères urbanistiques (Situation, auto-congestion, triangulation...etc.), les critères architecturaux (Justesse et richesse architecturale, ancienneté et historique...etc.), les critères fonctionnels (Vivacité, animations et loisirs, polyvalence fonctionnelle...etc.) et les critères innovatifs (Multimédia et technologie, imagination et questionnement...etc.) Afin de sortir vers la fin par une classification du degré d'application et d'importation de chaque critère.

## **I. Les espaces publics, Fermés : Les équipements :**

### **1- Le musée Guggenheim de Bilbao :**

#### **A. Justification du choix :**

Bilbao, une ville qui se situe en Espagne, elle fait partie de la région Basque, au Nord du pays, la région avait une vocation économique, dû à ses usines et son industrie lourde !

Des actions ont été prises par le gouvernement basque et le gouvernement de Biscaye afin de donner une autre image

à la région et à la ville, pour engendrer des nouvelles activités et nouvelles fonctions dans le

site, Pour cela, le projet Guggenheim s'est décidé. Le musée par lui-même seul, crée un très important afflux de touristes parfois plus intéressés par le bâtiment que par les collections, car ceux-ci s'intéressent plus au plaisir de contempler le musée qu'au plaisir de contempler les expositions. En 2007, il est admis que le musée, qui accueille un million de visiteurs par an, contribue à hauteur de 1,57 milliards d'euros à l'économie du



**Figure 19 : Musée Guggenheim**  
**Source :** <https://www.khanacademy.or>

Pays basque Espagnol et a généré 45 000 emplois directs ou indirects sur la période, parlant donc d'une attractivité urbaine ainsi qu'économique.<sup>69</sup>

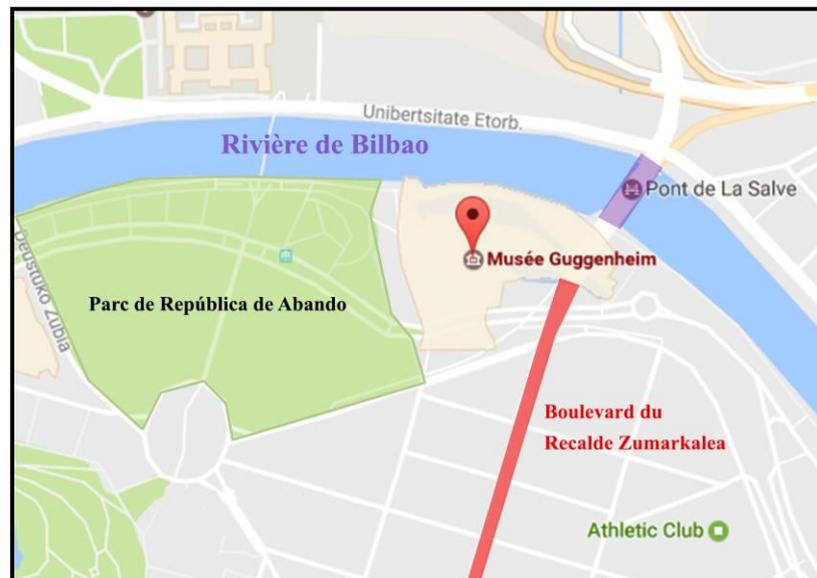
## B. Analyse des critères d'attractivité :

### • Critères urbanistiques :

#### Situation :

Le Musée est situé dans un ancien quartier industriel récemment urbanisé, au milieu d'agréables places et de belles promenades inclus dans le parc de **República de Abando**, à côté se trouve la rivière **Ría de Bilbao**, qui peut être traversée grâce au **pont de la Salve**.

La place et l'entrée principale du Musée se trouvent au bout du boulevard **Recalde Zumarkalea**, ce qui lui offre une très bonne accessibilité, ce boulevard est l'une des artères névralgiques qui traversent Bilbao en diagonale.



**Figure 20** : Plan de situation, Musée Guggenheim  
Source : Google Map + traitement.

#### Auto congestion :

Ce qui attire la foule, c'est la foule, et ce qui attire les gens au nord d'Espagne, plus précisément à Bilbao, c'est le musée de Guggenheim. Le but initial de ce projet était de générer le flux touristique vers le site, pour ce faire, Frank Gehry a dû concevoir cette miracle d'une façon spectaculaire, pour créer une attractivité pour l'équipement lui-même en premier lieu, et pour le site en général dans un deuxième lieu. Grâce à cela, le musée a compté plus de 1 011 363 visiteurs par l'an 2014.<sup>70</sup>

<sup>69</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/Musée\\_Guggenheim\\_\(Bilbao\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Musée_Guggenheim_(Bilbao))

<sup>70</sup> Idem.

**Confort :**

La situation et l'implantation du musée lui a attribué plusieurs avantages :

- La rivière au nord lui confie la fraîcheur durant l'été,
- Le gabarit des édifices avoisinants est relativement moyen, ce qui garantit un bon ensoleillement,
- Un confort olfactif et acoustique, grâce à la rivière et le parc respectivement au nord et ouest du site,
- Le parc de **República de Abando**, réduit les vents dominants qui viennent du Nord-ouest.<sup>71</sup>



**Figure 21** : Impacts du site sur le musée.  
Source : Google Map + traitement.

• **Critères architecturaux :**

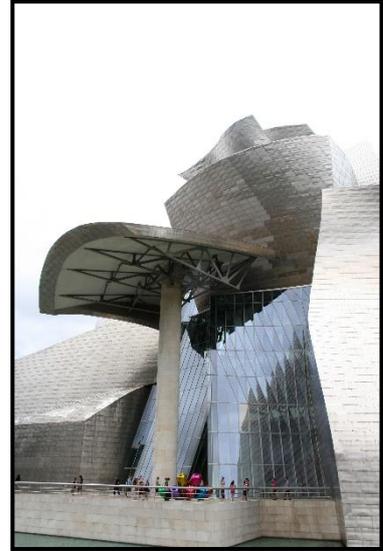
**Justesse et richesse architecturale :**

Le Musée Guggenheim Bilbao, œuvre de l'architecte nord-américain Frank Gehry, constitue un magnifique exemple d'architecture d'avant-garde du XXe siècle selon l'approche Déconstructiviste. Avec ses 24 000 m<sup>2</sup> de superficie, dont 11 000 destinés aux expositions, l'édifice s'érige en un véritable événement architectural, grâce à sa

<sup>71</sup> <https://fr.windfinder.com/windstatistics/bilbao>

configuration audacieuse et à son design innovateur, qui conforment une séduisante toile de fond pour l'art qui y est exposé.

Pour le revêtement extérieur de l'édifice, l'architecte choisit le titane, après avoir écarté d'autres matières et vérifié son comportement sur des échantillons placés à l'extérieur de son propre studio. La finition des près de 33.000 fines plaques de titane aboutit à un effet rugueux et organique, auquel viennent s'ajouter les changements de couleur du matériau selon les variations atmosphériques. Les deux autres matériaux employés dans l'édifice, la pierre calcaire et le verre, s'harmonisent à la perfection, formant une création architecturale à grand impact visuel, qui s'érige aujourd'hui en véritable symbole de la ville dans le monde entier.<sup>72</sup>

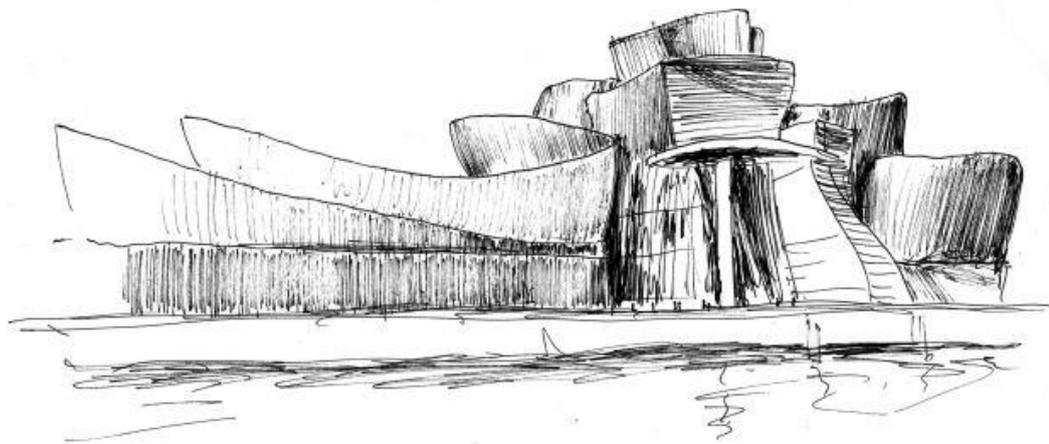


**Figure 22 :** Façade principale du Musée Guggenheim.  
**Source:** Archikey by Dhr Boon.

- **Critères innovatifs :**

**Questionnement :**

Le musée de Guggenheim, conçu par Frank Gehry, apporte une particularité sur le niveau des critères architecturaux, grâce à son design et son style, mais si nous parlons sur le niveau sensationnel, les formes, les textures et les ambiances intriguée au sein, meme à l'extérieur de cet équipement, nous pousse à questionner les raisons et principes pour que ce bâti s'est modelé avec cette façon.



**Figure 23 :** Esquisse du musée Guggenheim.  
**Source :** <http://fr.pinterest.com/pin/368310075756123605/>

<sup>72</sup> <https://www.guggenheim-bilbao.eus/fr/le-batiment/>

## 2 - Musée d'art et d'histoire de TLEMCEM :

### A. Justification du choix :

La ville de Tlemcen, célèbre toujours de ses civilisations et monuments dans toutes les parties de la région, est considéré comme un noyau d'héritage du grand Maghreb, en 2011 elle est élue pour représenter l'évènement de la capitale de culture islamique, un grand budget a été attribué pour le musée d'art et d'histoire de la ville, qui était l'un des point de convergences des attentions des autorités, pour assurer le succès de l'évènement.

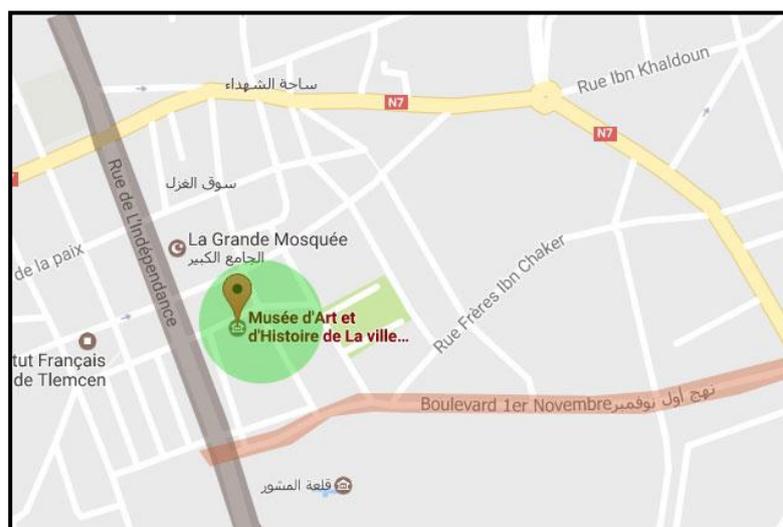
Selon les statistiques, le musée a répondu aux attentes, il a attiré beaucoup des visiteurs au cours de la saison du capital de la culture islamique 2011 jusqu'à ce jours-là, grâce à plusieurs facteurs, sa situation, son accessibilité, histoire et technologie d'exposition.

### B. Analyse des critères d'attractivité :

#### • Critères urbanistiques :

##### Situation :

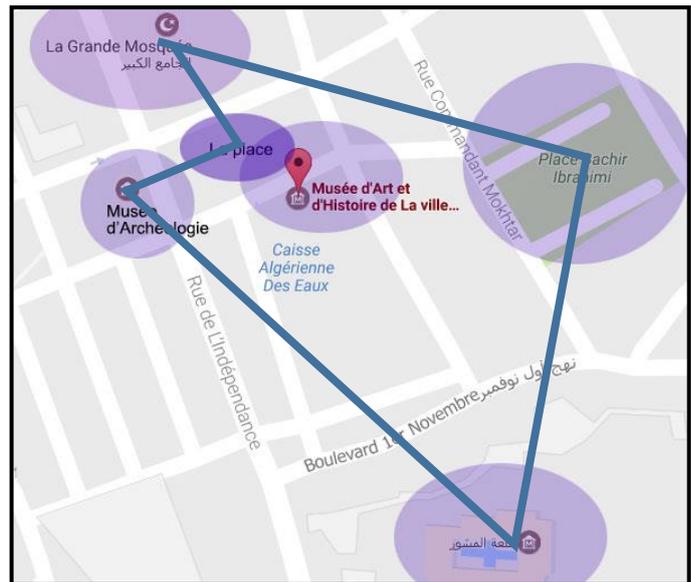
En termes d'implantation, nous remarquons que le musée se situe au centre de la ville, près des quartiers populaires et des nombreux espaces importants, tel que la grande mosquée, la place...etc. Et en terme d'accessibilité, l'équipement se trouve près de trois axes de grandes ampleur, primaire et secondaire, nous parlons de la route nationale N°07, le boulevard du 1er Novembre, et la rue de liberté, chose qui lui rend très bien accessible.



**Figure 24 :** Accessibilité du Musée d'art et d'histoire de Tlemcen.  
**Source :** Google Map + traitement.

### Triangulation :

Nous avons constaté que les visiteurs de la Wilaya de Tlemcen, ont tendance de visiter le centre de la ville, grâce aux espaces publics qui y existent (l'historique Grande Mosquée, La Place, Musée archéologique et la Place Bachir Ibrahimi et Palais de Mechouar,) cette chose leurs permis de découvrir le musée d'art et d'histoire, sans meme pas être l'objectif de leurs visite, un édifice avec un tel aspect architectural n'aura aucun souci d'attirer les yeux.

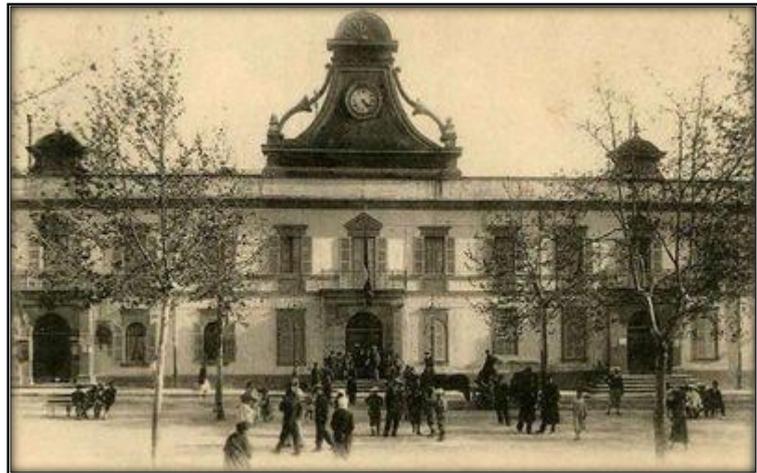


**Figure 25 :** Carte de situation des équipements près du musée  
**Source :** Google Map + Traitement.

### •Critères architecturaux :

#### Ancienneté et valeur historique :

Tlemcen a été reconnu par l'école Tachfiniya, ou son siège était un œuvre architectural prestigieux, à fin d'être un espace de qualité qui relie Fès en Maroc et Kairouan à Tunis. Après la colonisation, suivant le cadre du nouveau développement urbain qui avait comme but, la suppression des monuments et le monde islamique, la France a détruit l'école et construit une maire à sa place, à côté d'une place qui existe toujours en 1875.



**Figure 26 :** Ex mairie, musée actuel de Tlemcen en période coloniale  
**Source :** <https://www.facebook.com/MuseeArtHistoireTlemcen>

En an de 2012, et après des années de désertion de l'édifice, une opération de réhabilitation et reconversion a été prise lors du décret exécutif n°12-196, nous notons que la façade a été seulement réhabilitée sans changer son originalité ou style. En 25 Avril 2012, le musée a été inauguré.

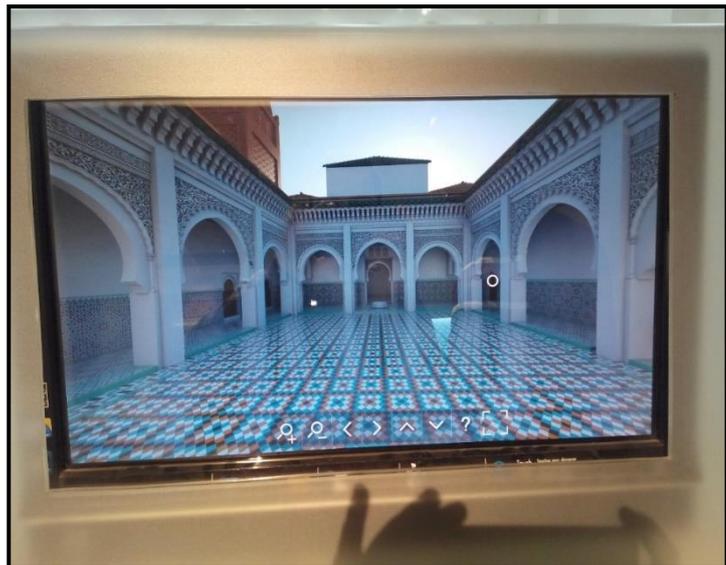
Pour cela, le musée tant qu'édifice, il existe comme un témoin de Al Madrassa Tachfiniya, ainsi qu'un symbole de résistance contre la colonisation.<sup>73</sup>

### •Critères innovatifs :

#### Multimédia et technologie :

La sauvegarde traditionnelle de patrimoine, des monuments et sites en ruines n'est plus le souci de cette époque, des nouvelles méthodes et innovations sont présentes maintenant.

La réalité virtuelle et la réalité augmentée offrent une simulation en 3D des objets et édifices, des visites virtuelles à l'aide des tablettes tactiles, qui montres des images réelles en 360° ou des images restituées grâce à l'outil informatique, pour donner une vue de proche des sites et immeubles en question, sans avoir besoin de se déplacer.



**Figure 27** : Réalité augmentée à l'aide des tablettes tactiles  
Source : Photographie personnelle 2017.

Une autre façon d'exposer le patrimoine sont les maquettes, à l'aide des équipes spécialisés, formés de personnels des plusieurs disciplines, des architectes, des artisans, des menuisiers et archéologues, ils créent des maquettes à l'échelle, crédibles à la réalité spatiale, et parfois même aux matériaux de constructions.

<sup>73</sup> Entretien avec le Directeur du musée.

Le musée d'art et d'histoire de Tlemcen, se considère le seul et unique musée qui offre ces deux manières d'exposer ses biens au niveau national.



**Figure 28** : Maquette Madrasa Tachfiniya.  
Source : Photographie personnelle 2017.



**Figure 29** : Maquette du palais el Mechouar.  
Source : Photographie personnelle 2017.

Notre étude sur les deux (02) équipements (musées), nous a permis de dégager quelques critères indispensables pour rendre un tel espace attractif, qui peuvent être résumer comme suit :

**Critères urbanistiques** : La situation d'un équipement doit être bien étudiée, renforcé parfois avec le critère de Triangulation ou Auto-congestion.

**Critères architecturaux** : La justesse architecturale par le billet du style singulier, ou ancienneté qui renvoie à la ville/site rend un équipement attractif.

**Critères innovatifs** : Nous citons les nouvelles technologies dans l'exposition, ou bien des nouveaux styles architecturaux qui intriguent le sens de questionnement. Chaque équipement essaie d'être unique et singulier par une manière ou une autre.

Nous tirons l'attention que le reste des critères varient en fonction du type de l'équipement et son rayonnement.

## II. Les Espaces Publics Ouverts :

### 1. Les jardins :

#### 1-1 Les jardins de Versailles

##### A. Justification du choix :

Paris est l'une des villes les plus attractives du monde elle est considérée comme un lieu d'accueil avec ses infrastructures et ses espaces publics qui polarisent les flux de toutes nature soit des touristes soit des capitaux. Le château de Versailles est un monument historique français classé depuis 30 ans au patrimoine mondial de l'humanité. Ce château est l'une des plus belles réalisations de l'art français au XVII<sup>e</sup> siècle, qui est constitué d'une succession d'éléments ayant une harmonie architecturale.

Le jardin de Versailles, qui existe depuis le 17<sup>ème</sup> siècle Créé par Louis XIV est un jardin plus beau et majestueux. Il représente le 1er jardin « à la française ». Qui a ramené un style exclusivement français sorti de France pour être répandue en toute l'Europe et même en Chine.

##### B. Analyse des critères d'attractivité :

###### • Critères urbanistiques :

**Ouverture au public :** l'accès aux jardins de Versailles est libre et aussi gratuit aux visiteurs.

**Confort (Soleil, vent, arbre, eau) :** La composition globale des jardins assurent plusieurs avantages :

- Les cours d'eau et les fontaines confient une fraîcheur permanente,
- Le grand nombre d'arbre réduit les vents et protège du soleil.
- La dominance de la végétation garantit le confort visuel.

###### • Critères architecturaux :

**Justesse et richesse architectural :**  
C'est un jardin organisé de façon symétrique autour d'une longue perspective centrale orientée est-ouest (du levant au couchant) et constituée d'une allée de 3,5 km et d'un « Grand canal ». Ainsi que l'utilisation des formes géométriques, des sculptures et styles architecturaux qui plait aux yeux des



**Figure 30 :** Vue sur l'Orangerie de Versailles  
**Source :** <http://www.chateauversailles.fr>

observateurs. Les principes de réalisation de ces jardins se résument dans : l'axe principal, les jeux d'eau, la symétrie, les jeux sur la perspective et le façonnement de relief et de paysage par les broderies.

**Originalité et singularité :** Les jardins de Versailles représentent le 1<sup>er</sup> jardin « à la française » avec l'influence de la Renaissance italienne. Qui a ramené un style exclusivement français sorti du France pour être répandue en toute l'Europe et même en chine.

**Ancienneté et valeur historique :** Les jardins de Versailles, qui existent depuis le 17<sup>ème</sup> siècle Créer par Louis XIV sont des jardins plus beaux et majestueux.

Ils sont un monument historique français classé depuis 30 ans au patrimoine mondial de l'humanité. Ces jardins sont l'une des plus belles réalisations de l'art français au XVII<sup>e</sup> siècle

#### **Grandeur et monumentalité :**

Le domaine royal de Versailles a des caractères énormes et majestueux, quand il comprend 8000 hectares jusqu'à la Révolution. Aujourd'hui, sa superficie et de 830 hectares, dont 77 hectares de jardins (petit parc), 431 hectares pour le grand parc, 24 hectares pour le grand canal et 96 hectares pour le domaine de Trianon. 43 kilomètres d'allées permettent



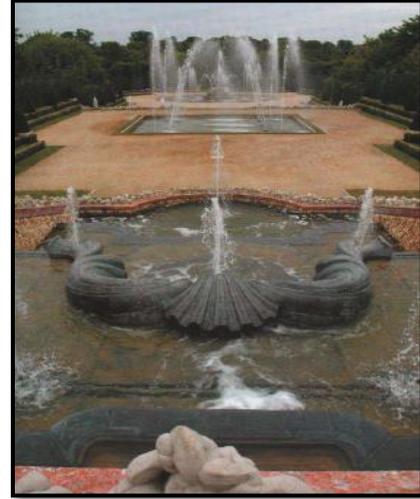
**Figure 31 :** vue aérienne sur les jardins de Versailles.  
**Source :** <http://www.chateauversailles.fr>

d'arpenter ce vaste site. 300 statues, bustes et vases font de ces jardins un véritable musée de plein air. 55 fontaines et bassins les agrémentent également, soit 620 jets d'eau, le tout entretenu via 35 kilomètres de galerie souterraine. C'est un jardin organisé de façon symétrique autour d'une longue perspective centrale orientée est-ouest (du levant au couchant) et constituée d'une allée de 3,5 km et d'un « Grand canal ». Cette grande « avenue » a été construite à l'aide de la longue vue, instrument inventé au XVI<sup>e</sup> siècle par les chinois, et perfectionné en France au XVII<sup>e</sup><sup>74</sup>

<sup>74</sup> Jardin de Versailles, disponible sur : <http://www.chateauversailles.fr>



**Figure 32 :** Bassin de la Pyramide  
**Source :** Pauline Marais. Les jardins de Versailles : une découverte interdisciplinaire ?, Éd 2013



**Figure 33 :** Bosquet des Trois Fontaines  
**Source :** Baraton Michel, *Promenade dans les jardins de Versailles*, Artlys, 2011

### • *Critères fonctionnels :*

**Événementiel :** nous avons marqué de nombreuses fêtes, événements et même des jeux y organisés dans les jardins de Versailles comme :

- « Les plaisirs de l'île enchantée » ;

Les fêtes et les spectacles sont plus qu'un ornement des jardins, ils en sont l'âme et la raison d'être depuis Louis XIV ;

- En 2013, les jardins de Versailles résonneront des musiques du Grand Siècle, des éclats des feux d'artifice et des jeux d'eau des bassins et des fontaines ;

- Des concerts, des ballets, et des opéras couronneront en juin et en juillet l'anniversaire de Le Nôtre à Versailles ;

- L'organisation de jeux : jeu de bagues et le labyrinthe ;

- L'organisation des scènes de théâtre sur les bassins (représentation sur l'eau), et même en plein air en toile et démontable se servant du jardin comme fond de scène.

### • *Critères innovatifs :*

#### **Technologie et Multimédia :**

Pour être à jour aux tendances technologiques qui attire la strate de jeunesse, ainsi l'amélioration des services par l'outil d'informatisation, et Pour accompagner le visiteur dans sa découverte des jardins, l'application mobile « Jardins de Versailles » a été publiée au printemps 2013 ; C'est Une version en haute-définition, elle constituera le

compagnon d'une découverte unique, alliant parcours « à la carte », partage de ses souvenirs de visite et cartographie en 3D.

## 1-2 Le jardin d'essai El Hamma :

### A. Justification du choix

Le jardin d'essai El Hamma est un jardin botanique de renommée mondiale créée en 1832, il est qualifié comme l'un des plus importants six (06) jardins d'essai et d'acclimatation au monde<sup>75</sup>.

C'est un jardin majestueux d'une superficie de 58 hectares (38 hectares de jardin et 20 hectares d'arboretum) du style français<sup>76</sup>. C'est le plus grand parc en Algérie et le plus attractif, "Nous enregistrons plus de 700.000 visiteurs par an dont 2.000 sont des étrangers, outre les 15.000 enfants que l'école d'éducation à l'environnement", a déclaré à l'APS le directeur de l'établissement, M. Ziriab Abderrezzaq. Il se présente comme une trouée de verdure sur le littoral algérois, avec une vocation scientifique, éducative et de loisir. Où il représente à la fois une pépinière « pépinières centrale du gouvernement », « un jardin d'acclimatation », « un Centre de recherche d'études et de vulgarisation », et « un jardin public ».

### B. Analyse des critères d'attractivité :

#### • Critères urbanistiques :

#### Situation :

Le jardin est situé au fond de la partie sud de la baie d'Alger, sur le territoire de l'arrondissement urbain Mohammed Belouizdad. Bordée par plusieurs infrastructures à l'échelle nationale, tel que la bibliothèque nationale, le musée des beaux-arts et le Maqam Chahid.

Le jardin est délimité par deux (03) grands axes de la ville qui sont : la rue Hassiba Ben Bouali le chemin Fernane Hanafi et la rue de Mohammed Belouizdad, avec un autre axe



**Figure 34 :** la situation et l'accessibilité au jardin d'essai.

**Source :** Google-map+ traitement.

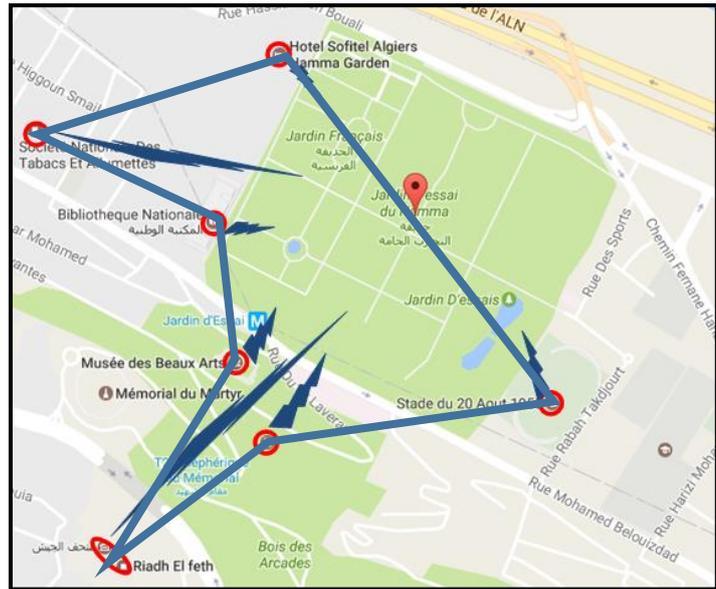
<sup>75</sup> LARIBI G et HADJADJ S, *Le Jardin d'essai du Hamma : Histoire d'un jardin colonial*, Éd La Découverte et Éditions Barzakh, P. 120-123,2012

<sup>76</sup> Mairie de Paris, *Jardin d'Essai du Hamma d'Alger*.

c'est la rue Boualem Bouchaib. Ce qui a permis la meilleure accessibilité au jardin.

### Triangulation :

Le jardin sert au cœur d'une zone de plusieurs infrastructures à l'échelle nationale, Et qui sont tous aussi des espaces publics, nous citons Maqam Chahid, La bibliothèque nationale, le musée des beaux-arts... etc. Donc automatiquement les flux vers ces derniers engendrent la convergence de ces flux vers le jardin.



**Figure 35 :** Carte de la triangulation  
**Source :** Google-map+ traitement.

### Ouverture au public :

Bien qu'il n'est pas un espace public en premier lieu mais le jardin d'essai à un accès libre au public.

### Le confort :

La composition et la situation globale du jardin assurent plusieurs avantages :

- La proximité de la mer et l'existence des cours d'eau et les fontaines confient une fraîcheur permanente.
- Le grand nombre d'arbre réduit les vents et protège du soleil.
- La dominance de la végétation garantit le confort visuel.
- L'orientation vers la mer offre le confort visuel.



**Figure 36 :** Percé visuel vers la mer.  
**Source :** /www.jardinbotaniqueduhamma.dz

• **Critères architecturaux :**

**Ancienneté et valeur historique :** le jardin d'essai du Hamma est le 1<sup>er</sup> jardin réalisé avec plusieurs styles du monde en Algérie. C'est un monument qui existe depuis le 19<sup>ème</sup> siècle, et qui est classé parmi les six (06) plus beaux jardins d'essais au monde. Ce jardin est l'une des plus belles réalisations de l'état Algérienne.

**Grandeur et monumentalité :**

Le jardin d'essai est un majestueux et un véritable musée de la plante, d'une superficie de 58 hectares dont 38 hectares sont des jardins et 20 hectares d'arboretum. Avec plus de 1 200 espèces végétales. Il est constitué de deux (02) styles mondiaux ; le style français et le style anglais, plus qu'un jardin zoologique et « pépinières centrale du gouvernement », « un jardin d'acclimatation », « un centre de recherche d'études et de vulgarisation », et « l'institut national de la recherche agronomique ».

• **Critères fonctionnels :**

**Événementiel :** nous avons marqué de nombreuses célébrations, des activités scientifiques et éducatives, y organisés dans le jardin comme<sup>77</sup> :

*Les célébrations :*

- La visité du maire de Paris au jardin (25 novembre 2013) ;
- La journée mondiale des zones humides (02 février de chaque an) ;
- La journée internationale des forets (21 mars de chaque an) ;
- La journée internationale de la biodiversité (22 mai de chaque an) ;
- Les portes ouvertes sur l'arbre, l'eau et la météo (du 21 au 23 mars 2015) ;
- La journée mondiale de la terre (04 avril 2015) ;
- La journée mondiale des animaux (04 octobre 2015) ;
- Le 3<sup>ème</sup> salon des plantes aromatiques, médicinales et à parfums (du 04 au 6 octobre 2016).

*Les activités scientifiques :*

- La 3<sup>ème</sup> exposition d'ethnobotanique et le 4<sup>ème</sup> atelier d'initiation à la phytothérapie (15 mai 2016)

*Les activités éducatives :*

<sup>77</sup> <http://www.jardinbotaniqueduhamma.dz>.

- Le rapport des activités de l'école d'éducation à l'environnement (décembre 2013- février 2014)
- Les portes ouvertes sur l'enfant et l'environnement (12 décembre 2013) ;
- La journée nationale de l'arbre (12 décembre 2013).

**La polyvalence fonctionnelle :**

Nous n'avons marqués déjà que le jardin d'essai du Hamma à plusieurs vocations, où nous trouvons les loisirs, la vocation éducative et aussi la vocation scientifique, quand il est le jardin public, l'institut national de la recherche agronomique et le centre de recherche d'études et de vulgarisation.

Notre étude sur les deux (02) jardins (les jardins de Versailles et le jardin d'essai) nous a permis de dégager quelques critères indispensables pour rendre un tel espace attractif, qui peuvent être résumer comme suit :

Critères urbanistiques : l'ouverture au public et le confort.

Critères architecturaux : la grandeur et la monumentalité.

Critères fonctionnels : l'évènementiel.

Nous tirons attention que le reste des critères varient d'un jardin à autre, en fonction de sa situation, son échelle, et son rayonnement.

## 2. Les Places :

### 2-1 La Grand-Place de Bruxelles :

#### A. Justification du choix :

Bruxelles est une ville attractive, riche par sa richesse architecturale. Elle est une plus belle ville, marque le passage de l'art nouveau dans la Belgique. Où dans cette ville que fut construit le premier édifice Art Nouveau par Victor Horta.

La Grand-Place de Bruxelles est un ensemble remarquablement homogène de bâtiments publics et privés, datant principalement de la fin du XVIIe siècle, dont l'architecture résume et illustre de manière vivace la qualité sociale et culturelle de cet important centre politique et commercial, qui a été inscrit en 1998 sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.

Sa Grand-Place, avec l'hôtel de ville, les maisons et ruelles qui l'entourent, font d'elle une des plus belles places du monde. (Selon Victor HUGO, elle est la plus belle place du monde).

#### B. Analyse des critères d'attractivité :

##### •Critères urbanistiques :

##### Situation :

Nous remarquons que la Grand-Place de Bruxelles se situe dans le cœur de la ville, où elle occupe l'emplacement de l'ancien grand marché. Cette place est bordée par les magnifiques maisons de corporations, tel que Le Pigeon où Victor Hugo a habité au nord, la maison de la corporation des brasseurs au sud, la maison des Ducs de Brabant à l'est, et l'hôtel de ville à l'ouest. Ces derniers représentent les grands monuments et les repères de la ville.



**Figure 37 :** la situation et l'accessibilité à la Grand-Place.  
**Source :** Google-map+ traitement

Nous jugeons aussi que la place à une bonne l'accessibilité. Où nous pouvons y accéder par plusieurs axes importants, exactement nous comptons sept (07) : la rue

au Beurre, la rue de la tête d'or et la rue Chair et Pain du côté Nord, la rue du Marché aux Herbes du côté Est, Enfin les rues ; de l'étuve, des brasseurs et de la Colline du côté sud.

### Triangulation :

Le flux vers les différents monuments qui entourent la place, surtout vers les édifices du pouvoir municipal nous citons l'hôtel de ville et la Maison du roi, engendre la convergence de ces flux vers cette première. Où elle joue le rôle d'un point en commun temporel entre les visiteurs.



**Figure 38 :** Carte de la triangulation  
Source : Google-map + traitement.

**Ouverture au public :** autant qu'une place c'est déjà le synonyme de l'ouverture au public. Ainsi que cette place est le point de passage vers des différents autres espaces, où nous ne trouvons pas de limites physiques entourant la place.

### • Critères architecturaux :

**Justesse et richesse architectural :** la place est un musée architectural à ciel ouvert, Nous trouvons les parois de la Grande-Place sont des impressionnants bâtiments d'une architecture qui suivent la Renaissance avec quelques éléments flamands et gothiques, qui plaît aux yeux des observateurs.



**Figure 39 :** La maison de la corporation des brasseurs.  
Source : <https://www.bruxelles.be>.



**Figure 40 :** La maison des Ducs de Brabant.  
Source : <https://www.bruxelles.be>.



**Figure 41** : L'hôtel de ville  
**Source** : <https://www.bruxelles.be>.



**Figure 42** : La maison du Roi  
**Source** : <https://www.bruxelles.be>.

**Ancienneté et valeur historique** : la place est un héritage daté principalement de la fin du XVII<sup>e</sup> siècle à une origine remonte à l'ancienne ville médiévale. Ce qui la qualifié d'être inscrite en 1998 sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.

• **Critères fonctionnels** :

**Événementiel** : Nous avons noté que cette place accueille de nombreux événements festifs ou culturels y sont organisés durant l'année comme <sup>78</sup>:

- Le Tapis de Fleurs (77 x 24 m), événement organisé tous les 2 ans à la mi-août et formé de plus de 500 000 plants de bégonias ;
- L'Ommegang qui commémore le spectacle d'hommage créé en 1549 lors de la venue de Charles Quint à Bruxelles pour y présenter son fils, le futur Philippe II ;
- Le sapin de Noël ;
- Le marché des plantes quotidien ;
- Des expositions au Musée de la Ville qui siège dans la Maison du Roi.



**Figure 43** : Le tapis de fleurs de 77x24m.  
**Source** : <http://edanhier.photoshelter.com>

<sup>78</sup> <https://www.bruxelles.be>.

**Animation et loisirs :** la Grand-Place est le cœur social de Bruxelles. Elle est entourée par des bars et cafétérias animés. En plus, nombreux événements, festivals et les parades y sont célébrés au sein de la place. C'est pour ça qu'elle est toujours bondée de visiteurs et caractérisée par une fréquentation importante.

## 2-2 La place Gueydon :

### A- Justification du choix :

La place Gueydon est considérée comme un point de repère et un moment fort qui symbolise l'identité de la ville de Béjaia. Elle est l'une des plus belles réalisations, qui existent depuis le 17ème siècle.

C'est un espace multifonctionnel très fréquenté, ainsi que les bâtiments qu'ils entourent résumant et illustrent d'une manière harmonique la qualité architecturale.

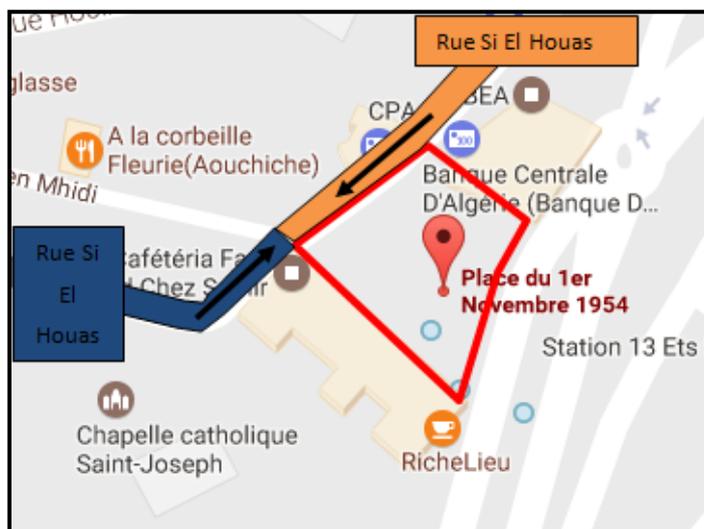
### B- Analyse des critères d'attractivité :

#### • Critères urbanistiques :

##### Situation :

Nous remarquons l'implantation de la place dans le tissu urbain coloniale de la ville, plus précisément sur le côté sud de la ville authentique, dans la ville intra-muros, surplombant le vieux port marchand, une chose qui donne à la place un aspect attirant qui renvoie à l'histoire de la ville et ses origines.

La place Gueydon profite d'une vue panoramique et fabuleuse vers la mer méditerranéenne, le port et le beau boulevard de la Liberté.

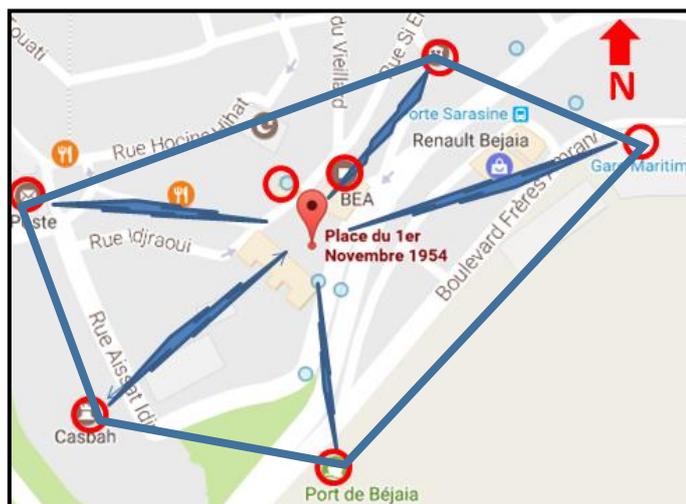


**Figure 44 :** la situation et l'accessibilité à la place Gueydon.  
**Source :** Google-map+ traitement

Nous jugeons que la place est caractérisée par une bonne l'accessibilité. Où nous pouvons y accéder par deux (02) axes importants, soit par la rue Idjaoui sur le côté Est à partir le boulevard Amirouche, ou la rue Si El Houas sur le côté Ouest.

**Triangulation :**

L'existence des équipements à l'échelle de la ville, parmi lesquelles, nous citons : la banque, le cinéma, le théâtre régional, la poste, l'APC et même la place Arsenal, engendre la convergence de ces flux vers la place Gueydon.



**Figure 45 :** Carte de la triangulation.  
Source : Google-map+ traitement

**Ouverture au public :**

La liberté d'accéder à la place est l'un de ses particularités, qui à lui rendre accueillant, une qualité exprimée par l'inexistence des limites physiques pour rentrer au sein de la place.

**Confort (Soleil, vent, arbre, eau) :** La place est exposée suffisamment à la mer, protégé du vent et même du soleil mais bien aéré, ombragé d'arbres, ce sont des facteurs qui produisent le confort indispensables de la place.

- **Critères architecturaux :**

**Ancienneté et valeur historique :**

La place de 1er novembre connue sous le nom « place Gueydon » qui renvoie à l'amiral français Louis Henri de Gueydon, le premier gouverneur générale de l'Algérie, cette place fut construite en 1873 et elle occupe une place centrale dans le tissu urbain coloniale de la ville.

Elle a devenu par sa valeur historique ainsi que par sa position dans la trame urbaine un point de repère et un moment fort, et symbolise l'identité de la ville.

Donc le caractère patrimonial intrigue une sensation nostalgique lié à cet endroit. Chose qui provoque les gens à y aller.

### Justesse et richesse architectural :

La richesse de ses parois, où nous avons trouvé que la place est délimitée des deux (02) parts par des façades dotées d'un traitement magnifique qui renvoient à l'époque coloniale. La façade Est est attirante par son gabarit et son traitement (les arcades bien sculptées marquent le rez-de-chaussée et l'ordonnance des ouvertures et des balcons marquent aussi les étages supérieurs. Ainsi de cette façade par sa position joue un rôle primordial dont elle couvre la place du soleil. Aussi la façade plait aux yeux par son traitement, où nous trouvons aussi des arcades marquants le rez-de-chaussée, et les quatre (04) grandes colonnes marquants le deux (02) étages supérieurs surélevés d'un plus beau fronton.



**Figure 46 ,47 :** Les parois de la place Gueydon.  
Source : Photographie personnelle, 2017.

### • Critères fonctionnels :

#### Animation et loisirs :

C'est un espace multifonctionnel de rencontre, de repos et de loisir, entourée par un ensemble d'équipement à l'échelle de la ville qui lui offrent un mélange d'activité, administrative, commerciale, culturelle et de détente. Où il existe une banque, une cinémathèque, deux (02) kiosques et des cafés. Tout ça génère bien sûr une fréquentation importante.

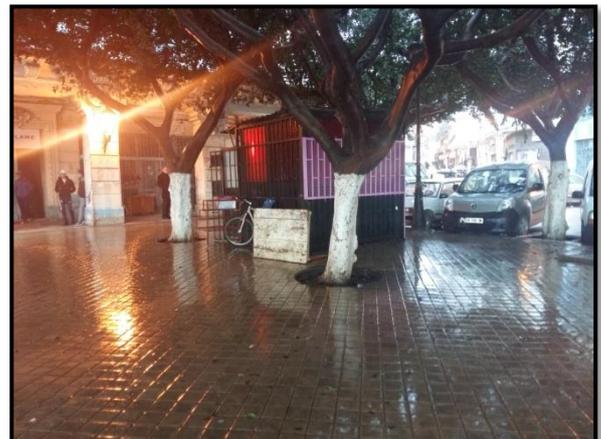


**Figure 48 :** La cinémathèque.  
Source : Photographie personnelle, 2017.



**Figure 49 :** La banque.

Source : Photographie personnelle, 2017.



**Figure 50 :** Un kiosque.

Source : Photographie personnelle, 2017.

Notre étude sur les deux (02) places (la Grand-Place de Bruxelles et la place Gueydon, nous a permis de dégager quelques critères indispensables pour rendre un tel espace attractif, qui peuvent être résumer comme suit :

Critères urbanistiques : la situation doit être favorable, à l'aide de la Triangulation qui sera assuré par la présence des infrastructures en alentour.

Critères architecturaux : la justesse architecturale des parois.

Critères fonctionnels : l'animation et loisir.

Nous tirons attention que le reste des critères varient d'une place à autre, en fonction de son échelle, dimension et rayonnement.

### III. Les Espaces publics de Circulation :

#### 1- La Râmbblas :

##### A- Justification du choix :

Barcelone est une ville unique de la mer Méditerranée c'est une ville attractive qui conjugue à la fois culture traditionnelle et modernisme. C'est une ville unique en son genre par son histoire, sa culture et son architecture. Les bâtiments qui longent ses rues témoignent de toutes les tendances des siècles passés. A part cela, des activités très diversifiées contribuent au plaisir des visiteurs.

La Ramblas est souvent considérée comme l'avenue la plus célèbre de Barcelone et bien connue dans le monde entier, ce qui illustre le succès de Barcelone à avoir des espaces publics pour rencontrer et socialiser, ainsi que marcher leur vie quotidienne

Le succès de La Ramblas vient de la combinaison de facteurs. Sa disponibilité de restaurants, boutiques, marchés et institutions culturelles le long de la rue artistique créent une expérience attrayante et diversifiée pour les piétons.

##### B- Analyse des critères d'attractivité

###### • *critères urbanistiques* :

###### Situation :

La Ramblas est située à Barcelone, en Espagne. Elle relie la place de Catalogne, centre névralgique de la ville, au vieux port où se dresse la colonne de Christophe Colomb. Elle s'étend sur environ 1,5 kilomètre de long, en cours d'exécution par le milieu de la ville sur un ancien lit de rivière, et divise la zone gothique de El Raval, un quartier de la classe ouvrière.



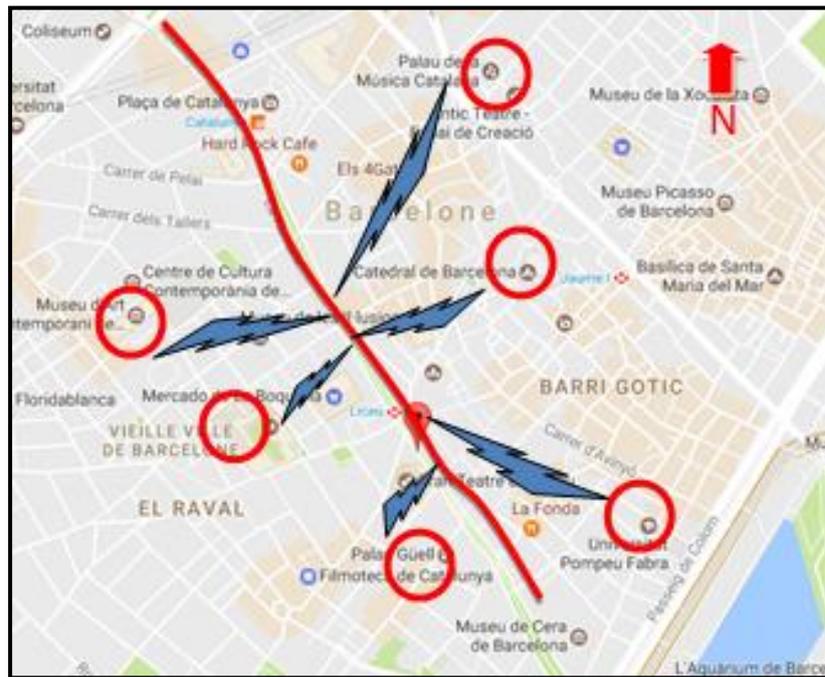
**Figure 51** : la situation et l'accessibilité à la Ramblas.  
Source : Google-map+ traitement

### Ouverture au public :

Règles de circulation des piétons dans cette zone, et les blocs sont faites pour la marche facile. Le métro traverse toute la rue avec trois stations s'ouvrant sur La Ramblas et les trois en longeant la ligne verte.

### Triangulation :

La Ramblas est situé à Barcelone elle est considéré comme lieu d'intersection des flux qui sont venus de différentes places tel que la place de catalogne, le musée d'art, la cathédrale de Barcelone.



**Figure 52 :** Carte de la triangulation  
Source : Google-map+ traitement.

### Le confort :

Les beaux arbres alignent la promenade et fournissent l'ombre comme vous promenez-vous autour et il y a des bancs pour s'asseoir dessus si vous obtenez fatigué. Dans cette fontaine on peut trouver la fontaine la plus célèbre de la ville, Font de Canaletes, et son point de rencontre le plus populaire.



**Figure 53 :** Font de Canaletes.  
Source : <http://barcelona.guiamiga.com>

• **Critères fonctionnels :**

**La polyvalence fonctionnelle :**

En plus de la variété des restaurants, des artistes de rue et de l'art, le Grand Théâtre du Liceu, ou tout simplement Llicieu, le célèbre opéra de Barcelone, est un endroit remarquable le long du couloir. Ouvert en 1847, il est parmi les meilleurs du monde et les plus fréquentés. Un musée public d'art contemporain est situé sur le côté du



**Figure 54 :** Théâtre de licieu.  
Source : <http://fr.strong.es>

Raval de la Ramblas de Santa Monica, le Centre d'Art de Santa Monica, et des expositions régulières d'artistes internationaux. Le marché de rue le plus emblématique de la ville connue sous le nom de Mercat de la Boqueria également appelé La Ramblas à la maison.<sup>79</sup>



**Figure 55 :** le musée d'art Santa Monica  
Source : <http://aviewontcities.com>

**La vivacité :**

Souvent considéré comme l'avenue Madison de l'Europe, mais plus amusant, la rue a un diviseur central avec le trafic roulant de chaque côté. La zone à l'extérieur du diviseur est bordée de boutiques et de restaurants de tout type, tandis que la partie intérieure du diviseur a minuscules stands de marché - couverts de parapluies colorés qui vendent tout, des fleurs aux canaris vivants et churros pâte douce.

<sup>79</sup> Christy A and Tang L, *La Ramblas, Barcelona Spain*.

**L'évènementiel :**

Au printemps, l'une des célébrations les plus originales de la Catalogne est la Sant Jordi. Il s'agit d'une fête résolument populaire, associant la culture au romantisme. Le 23 avril, la coutume veut que les couples s'échangent des cadeaux : un livre pour les hommes, une rose pour les femmes. Barcelone devient ainsi une gigantesque librairie-boutique de fleurs à l'air libre.<sup>80</sup>

La fête des roses aura lieu sur la plus célèbre promenade de Barcelone du 7 au 13 octobre, lors de la Festa Major des Ramblas. À cette occasion, de nombreux bâtiments se parent de décorations florales. Des lieux culturels participent à l'événement comme le centre Arts Santa Mònica ou le Palau Marc, mais aussi des endroits plus surprenants, comme le marché de la Boqueria ou le centre commercial El Triangle.



**Figure 56 :** la fête des roses.

**Source :** <http://www.lindipendenzanuova.com>

**Animation :**

Des artistes tels que des mimes ou des musiciens parsèment la rue et joueront pour le changement de poche des touristes. Les artistes vendent leurs belles aquarelles, poteries et sculptures. Il est d'usage de négocier pour tout ce que vous achetez ici pour obtenir un meilleur prix, une tradition que les Espagnols aiment.

Il y a un marché animé et grande alimentation le long de la promenade où les gens vont trouver les différents plaisirs culinaires et chefs de partout dans la région vont acheter leurs ingrédients pour les restaurants, qui offrent une variété énorme.

<sup>80</sup> <http://www.spain.info/fr>.



**Figure 57 :** Animation dans la ramblas.  
Source : <https://www.pinterest.com>.



**Figure 58 :** Peintre dans la ramblas.  
Source : <https://www.dreamstime.com>

## 2- Le Boulevard Didouche Mourad d'Alger :

### A. Justification du choix :

Alger est une métropole complexe mais aussi une ville attractive très simple à saisir : la baie en faucille, la cité accrochée au-dessus d'un petit port. Ses étendues à l'Est, à l'Ouest en ramifications latérales amplifient l'impression de grandeur. Alger-ville est un labyrinthe de ruelles et d'impasses ; des escaliers, très nombreux et très variés (larges, étroits, hauts...) sont très pratiques pour sillonner cette architecture en cascades. Les constructions coloniales, se mêlent aux constructions musulmanes avec une parfaite homogénéité. Peintes en blanc elles donnent à Alger l'impression d'étendue, un air marin et une pureté unique.

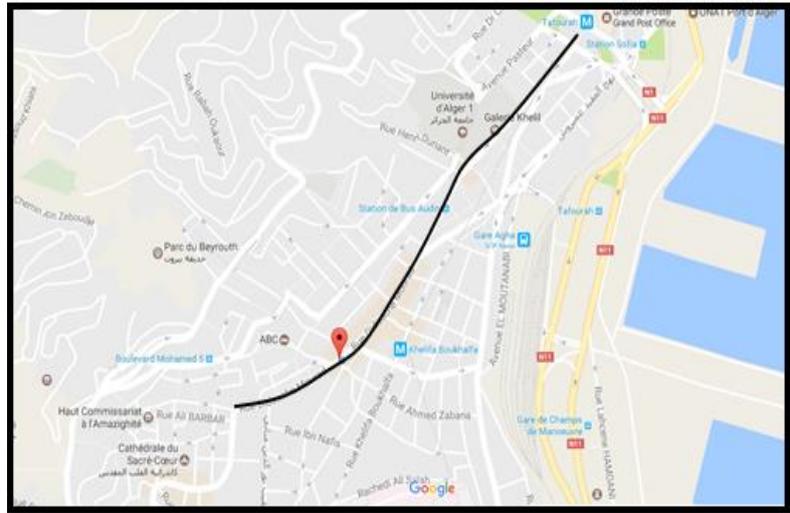
La Rue Didouche Mourad ex rue Michelet est l'une des principaux axes héritées de l'époque colonial .elle reste cinquante ans après l'Indépendance, l'artère commerçante principale d'Alger et le Cœur historique d'Alger ,bordée par les immeubles blancs aux volets et balcons bleus une vision d'Alger la blanche représentant une des plus belles avenues de la capitale, avec un style méditerranée-haussmannien, cette avenue est chargée d'histoire et de charme.

## B. Analyse des critères d'attractivité :

### • Critères urbanistiques :

#### Situation :

La rue Didouche se situe au cœur de la ville d'Alger c'est la rue qui commence de la rue sacré cœur jusqu'à la grande poste.



**Figure 59 :** la situation et l'accessibilité à la rue Didouche.  
**Source :** Google-map+ traitement

#### Triangulation :

La rue est au cœur de la ville d'Alger, elle est considérée comme lieu d'intersection des flux qui sont venus de différentes places tel que l'université d'Alger et l'église du sacré cœur et la gare d'Alger



**Figure 60 :** Carte de la triangulation.  
**Source :** Google-map+ traitement.



**Figure 61 :** la fac d'Alger  
**Source :** Photographie personnelle 2017.



**Figure 62 :** la gare d'Alger  
**Source :** mapio.net

### Confort :

Nous notons l'existence des arbres de style français qui alignent la promenade et fournissent l'ombre, ainsi que la présence des bancs pour s'asseoir,

La situation favorable de cette rue près de la mère favorise la fraîcheur en été ainsi que la présence des percées visuelles vers la mère favorise le confort visuel.

### • Critère architectural :

#### Justesse et richesse architectural :

C'est un endroit agréable pour découvrir les merveilles architecturales des constructions qui témoignent d'une belle époque.

Ces constructions avec un style méditerranée-haussmannien, se mêlent aux constructions musulmanes avec une parfaite homogénéité, peintes en blanc elles donnent à Alger l'impression d'étendue (alger blanche).<sup>81</sup>



**Figure 63 :** La rue Didouche  
**Source :** <http://www.sortiraalger.com/>

<sup>81</sup> <http://www.sortiraalger.com>

• **Critères fonctionnels :**

**La vivacité :**

C'est l'une des artères les plus animées de la ville, bordée d'immeubles qui témoignent d'une richesse décorative et d'une grande diversité stylistique dans les RDC de ces immeubles on trouve ; boutiques de mode, bijoutiers, opticiens, libraires, ... bordent la rue des deux côtés. Avec un assortiment de cafés, boutiques, épicerie, bars et restaurants.



**Figure 64 :** la rue Didouche

**Source :** Photographie personnelle 2017.

**L'évènementiel :**

La rue di douche Mourad occupe une place très importante dans les soirées ramadanesques, c'est l'endroit idéal où les algérois préfèrent passer le temps avant l'adhan.

Le soir la rue deviendra un endroit bondée de monde où ces derniers préfèrent marcher et s'asseoir jusqu'à le temps de S'hour.

**Polyvalence fonctionnelle :**

Dans cette avenue l'activité économique, scientifique, sociale et culturelle y est très riche on trouve les boutiques de différentes gammes et marques (tel que Nike, timberland, puma, city sport...) ainsi que la présence des équipements culturels et administratifs à différentes échelles (l'agence Air Algérie, CPA, agence Ooredoo.)

Notre étude sur les deux (02) avenues (la Ramblas de Barcelone et la rue Didouche Mourad d'Alger) nous a permis de dégager quelques critères indispensables pour rendre un tel espace attractif, qui peuvent être résumer comme suit :

**Critères urbanistiques :** la bonne situation est l'articulation assurée par ce boulevard ainsi que la triangulation assurée par les équipements des alentours.

**Critères architecturaux :** la richesse architecturale assurée la variété et la mixité des styles tout au long ce boulevard ainsi que la mémoire historique manifestée dans ce dernier.

**Critères fonctionnels :** la polyvalence fonctionnelle par l'existence de plusieurs activités et équipements favorise l'animation de l'endroit  
Nous tirons attention que le reste des critères varient d'un boulevard à autre, en fonction de son échelle, dimension et rayonnement.

## Conclusion de la Partie 02 :

Nous pouvons récapituler les critères d'attractivités existants dans les espaces publics étudiés dans le tableau qui suit :

Critères	Types d'espaces	Espaces Publics Fermés EPF	Espaces Publics Ouverts EPO	Espaces Publics de Circulation EPC
<b>Critères Urbanistiques</b>	Situation	••	••	••
	Triangulation	••	••	••
	Auto Congestion	•		
	Ouverture au public	•	••	••
	Confort	•	•	••
<b>Critères Architecturaux</b>	Justesse et richesse architectural	•	••	•
	Originalité et singularité	•	•	
	Ancienneté et valeur historique	•	••	
	Grandeur et monumentalité	•	••	
<b>Critères Fonctionnels</b>	Vivacité			••
	Evènementiel	•	••	••
	Animation et loisirs	••	••	•
	Polyvalence fonctionnelle	•	•	••
<b>Critères Innovatifs</b>	Technologie et Multimédia	•	•	
	Questionnement	•		••

**Tableau 03** : Synthèse des analyses des critères d'attractivité.

Ce tableau, présente les critères d'attractivité, en fonction de chaque type d'espace public donné, EPF, EPO et EPC. Nous avons indiqué quel sous critères apparaissent dans quels espaces, tout en indiquant en quel degré cette apparition se manifeste, Deux points (••) exprime la forte apparition, qui veut dire pour qu'un espace soit attractive, le critère donné doit forcément être assuré, Un point (•) se considère comme un critère secondaire, sa manifestation joue un rôle pour rendre un espace attractive, mais d'une manière réduite relativement aux critères primaires.

Premièrement, pour les critères urbanistique, nous constatons que la situation de l'espace est un critère indispensable, et le flux vers le lieu, doit être générer soit par l'auto-congestion, et beaucoup plus, par la triangulation. Les usagers préfèrent apparemment que l'espace soit ouvert au public (accès facile et gratuit,) et pour assurer qu'ils restent, il faut leur confier un certain niveau de confort.

Deuxièmes, pour les critères architecturaux, un espace public, avec ses formes (EPF) ou les formes de ses parois (EPO, EPC) doit attirer les usagers par le billet du style architectural, son ancienneté ou sa monumentalité.

Troisièmes, pour les critères fonctionnels, nous constatons que ces critères se manifestent principalement dans les EPO et les EPC. L'évènementiel tant que concept, confirme son importance tant qu'un critère. Les deux autre critères : Animation et loisirs, Polyvalence fonctionnelle sont considérées comme l'étincelle qui garde la foule intéressé par un espace public donné.

Dernièrement, pour les critères innovatifs, ils représentent des potentiels modernes, leurs raretés leur rend un peu inconnus, mais ça nous empêche pas de les considéré comme des critères très intelligents, nous attendons que ces derniers soient très prépondérant dans le processus de rendre nos espaces publics intelligents.

## Conclusion générale :

Dans un monde unifié par le phénomène de la globalisation, et qui vit dans une compétitivité, les villes se mettent de plus en plus en concurrence, elles se trouvent dans une ambiance de compétition dans toutes les échelles, disciplines et domaines, voire géographique, organique ou économique, cela pousse les villes vers le développement et devenir des métropoles. Selon les capacités de l'espace, une ville aura le titre d'une métropole, ou pas ! Mais le fait de la compétitivité engendrera, et donnera naissance à certains critères dans les deux cas, la différence sera le degré et la manière de manifestation de chaque éléments qui joueront le rôle de rendre un espace attractif. L'un de ces critères est l'attractivité urbaine. Brièvement, L'attractivité urbaine est le caractère qui donne envie à la population endogène ou exogène, de venir et rester dans un espace donné.

Sur le niveau spatial, un espace foncier est composé de deux (02) parties, l'espace privé, et l'espace public. Donc, les enjeux de l'attractivité urbaine auront lieu au sein de ces deux espaces. Qui dit une ville attractive, dit systématiquement un espace privé attractive, et espace public attractive.

Au terme de la présente étude qui s'inscrit dans une thématique relative à : « l'attractivité urbaine » et « les espaces publics ». Nous avons enchaîné quelques réflexions sur ces deux concepts Co-dépendants. D'après la première partie de notre étude, nous avons vu que l'attractivité urbaine, peut être acquise à travers les espaces publics depuis l'antiquité, plusieurs caractères signifiants des diverses civilisations ont été garantis dans ces espaces. On note les débats dans l'agora grecque, les loisirs et cirques dans les forums romains et ses odéons, le commerce et l'échange au cours de la période médiévale et moyen âge, et récemment, à partir du XX<sup>ème</sup> siècle, tout un concept peut être attribué aux espaces publics, l'évènementiel occupe un rôle majeur dans les activités des villes, il qualifie l'espace public comme un élément indispensable à l'échelle urbain.

Dans la partie qui suit de notre étude, nous avons déduit que les espaces publics se diffèrent en fonction de leurs formes, acteurs, lieux et usagers, en outre à leur historique, nous avons pu sortir avec des critères d'attractivités, par ailleurs, nous les avons classés en 4 grandes familles. Les critères urbanistiques, qui touchent l'échelle urbaine de l'espace public, les critères architecturaux, voire les critères de l'espace lui-même, les critères fonctionnels, nous parlons de ses activités en gros modo, et enfin les critères innovatifs, qui touchent tous les points cités déjà, avec la condition qu'ils soient moderne, à jour, avec l'introduction de l'empreinte technologique.

Dans la partie où nous avons fait une étude analytique, en fonction des critères de l'attractivité urbaine dans les espaces publics, tirés de la recherche thématique, Notre but était de confirmer et calculer la validité et le degré de manifestation des critères, d'une façon plus ou moins concrète. Tout cela vise à résoudre la question de savoir de quelle façon, les espaces publics peuvent contribuer et renforcer l'attractivité urbaine d'une ville. Premièrement, il faut accentuer sur l'amélioration spatiale, en renforçant les critères urbanistiques et les critères architecturaux, en faisant cela, en premier lieu nous allons amender le caractère urbain de la ville ! Et en deuxième lieu, l'effet sera plus pressé car nous toucherons les éléments exacts qui pourront rendre le caractère urbain

en générale, plus attractif. Deuxièmes, il faut accentuer sur l'amélioration fonctionnelle, en renforçant les critères fonctionnels et innovatifs, ça à un rôle à l'échelle sociale et économique, qui sont des composantes très importantes dans l'attractivité en générale, cette action nous mettra en contact directe avec la réflexion de la population.

Enfin, nous tenons à dire, qu'il existe des critères plus importants que d'autres, et des critères que nous n'avons pas pu cerner, des critères qui sortent de notre approche analytique et notre domaine d'étude, pour les mettre en scène, il faut faire appel à d'autre approches, sociaux ou économiques, dans une étude pluridisciplinaire.

### **Recommandations :**

8Vers la fin de notre étude, et à l'aide de tout ce que nous avons déduit et conclu, nous venons de tirer quelque recommandations pour les futures travaux de construction ou intervention sur les espaces publics.

Comme ce travail peut être un guide, il peut être aussi une initiation à des recherches futures, sur la meme discipline ou autre.

#### **Selon les critères urbanistiques :**

- ✓ Il est recommandé de penser à la situation et l'emplacement de l'espace public, en sorte qu'il se bénéficie d'un confort naturel, autour des bâtiments importants pour converger le flux nécessaire.
- ✓ L'espace public doit être accueillant aux flux, en ayant des accès visibles et lisibles.

#### **Selon les critères architecturaux :**

- ✓ Il faut bien mettre en évidence le style architectural en adoptant un caractère original ou monumental, qui peut avoir une valeur historique ou une singularité formelle.
- ✓ L'espace public doit être en cohérence et continuité avec son entourage.

#### **Selon les critères fonctionnels :**

- ✓ L'espace public ne doit pas être parachuté, mais doit être le résultat d'une réflexion pluridisciplinaire étudiée, qui répondra aux besoins fonctionnels de l'aire urbaine.
- ✓ Il est indispensable que l'espace public sera à la hauteur, pour accueillir les différentes activités, permanentes soient-elles ou temporaires.

#### **Selon les critères innovatifs :**

- ✓ L'introduction des hautes tendances technologiques, pour animer et rendre l'espace public plus intéressant intelligemment.
- ✓ L'homme est attiré par ce qu'il ne comprend pas, pour cela, il est conseillé de s'appuyer sur les formes et les techniques qui intriguent sa réflexion et enfoncent ses limites de compréhension.

## Table des figures

<b>Figure 01 .</b>	L'agora hellénistique d'Assos.....	24
<b>Figure 02 .</b>	Rome, les forums impériaux aux IIe - Ve siècles.....	25
<b>Figure 03 .</b>	Parvis d'église à l'époque médiévale.....	26
<b>Figure 04 .</b>	La place de Notre Dame de Paris.....	26
<b>Figure 05 .</b>	La place de capitole à Rome.....	27
<b>Figure 06 .</b>	Place des Vosges, Paris.....	27
<b>Figure 07 .</b>	La place des Trois Pouvoirs, Brasilia.....	28
<b>Figure 08 .</b>	La rue Mouffetard. (PARIS).....	29
<b>Figure 09 .</b>	Une rue dans la ville de bordeaux.....	30
<b>Figure 10 .</b>	L'avenue Émile Zola Bruxelles.....	31
<b>Figure 11 .</b>	Le boulevard Champs Elysées.....	31
<b>Figure 12 .</b>	Rondpoint à Tonnay Charente.....	31
<b>Figure 13 .</b>	Le trottoir de la rue King Kitchener(Ontario).....	32
<b>Figure 14 .</b>	Plaza Mayor, Madrid.....	32
<b>Figure 15 .</b>	Jardin public de Coutances(France).....	33
<b>Figure 16 .</b>	Jackson Square, New Orléans.....	34
<b>Figure 17 .</b>	Le musée de Guggenheim.....	35
<b>Figure 18 .</b>	La poste Paris Ternes.....	35
<b>Figure 19 .</b>	Le musée de Guggenheim.....	44
<b>Figure 20 .</b>	Plan de situation de musée de Guggenheim.....	45
<b>Figure 21 .</b>	Impact du site sur le musée Guggenheim.....	46
<b>Figure 22 .</b>	Façade principale du musée Guggenheim.....	47
<b>Figure 23 .</b>	Esquisse du musée Guggenheim.....	47
<b>Figure 24 .</b>	Accessibilité du musée d'art et d'histoire de Tlemcen.....	48
<b>Figure 25 .</b>	Carte des équipements près du musée de Tlemcen .....	49
<b>Figure 26 .</b>	Ex marie actuel de Tlemcen en période colonial.....	49
<b>Figure 27 .</b>	Réalité augmentée a l'aide des tablettes tactiles .....	50
<b>Figure 28 .</b>	Maquette Madrasa Tachfiniya .....	51
<b>Figure 29 .</b>	Maquette de palais el Méchouar .....	51
<b>Figure 30 .</b>	Vue sur l'orangerie de Versailles .....	52
<b>Figure 31 .</b>	Vue aérienne sur les jardins de Versailles .....	53
<b>Figure 32 .</b>	Bassin de la pyramide .....	54
<b>Figure 33 .</b>	Bosquet des trois fontaines .....	54
<b>Figure 34 .</b>	La situation et l'accessibilité au jardin d'essai .....	55
<b>Figure 35 .</b>	Carte de la triangulation du jardin d'essai.....	56
<b>Figure 36 .</b>	Percé visuelle vers la mer.....	56
<b>Figure 37 .</b>	La situation et l'accessibilité a la grande place de Bruxelles .....	59
<b>Figure 38 .</b>	Carte de la triangulation de la grande place de Bruxelles.....	60
<b>Figure 39 .</b>	La maison de la corporation des brasseurs .....	60
<b>Figure 40 .</b>	La maison des ducs de brabant .....	60
<b>Figure 41 .</b>	L'hôtel de la ville.....	61
<b>Figure 42 .</b>	La maison du roi .....	61
<b>Figure 43 .</b>	Le tapis des fleurs de 77x24m.....	61
<b>Figure 44 .</b>	Situation et l'accessibilité à la place Gueydon .....	62
<b>Figure 45 .</b>	Carte de la triangulation de la place Gueydon .....	64
<b>Figure 46 .</b>	Les parois de la place Gueydon.....	64
<b>Figure 47 .</b>	Les parois de la place Gueydon.....	64

<b>Figure 48 .</b>	La cinémathèque .....	64
<b>Figure 49 .</b>	La banque .....	65
<b>Figure 50 .</b>	Le kiosque .....	65
<b>Figure 51 .</b>	La situation et l'accessibilité a la Ramblas .....	66
<b>Figure 52 .</b>	Carte de la triangulation de la Ramblas .....	67
<b>Figure 53 .</b>	Le font de Canaletes .....	67
<b>Figure 54 .</b>	Théâtre de Licieu.....	68
<b>Figure 55 .</b>	Le musée d'art santa Monica.....	68
<b>Figure 56 .</b>	La fête des roses .....	69
<b>Figure 57 .</b>	Animation dans las Ramblas .....	70
<b>Figure 58 .</b>	Peintre dans la Ramblas.....	70
<b>Figure 59 .</b>	La situation et l'accessibilité à la rue Didouche.....	71
<b>Figure 60 .</b>	Carte de la triangulation.....	71
<b>Figure 61 .</b>	La fac d'Alger .....	72
<b>Figure 62 .</b>	La gare d'agha.....	72
<b>Figure 63 .</b>	La rue Didouche .....	72
<b>Figure 64 .</b>	La rue Didouche .....	73

## Liste des tableaux

<b>Tableau 01 .</b>	Les neufs déterminants de l'attractivité définis par un caractère objectif et symbolique.....	10-11
<b>Tableau 02 .</b>	Classification des espaces publics.....	36
<b>Tableau 03 .</b>	Tableau de synthèse de l'analyse des critères d'attractivité.....	74

**Ouvrage :**

- Ananiandou\_Tzimopoulou, M. Yerolympos, A. Vitopoulou, A. *L'espace public et le rôle de la place dans la ville grecque moderne. Évolution historique et enjeux contemporains*, Études Balkaniques, 14, 2007. 238p.
- Armand Farrachi, *Petit lexique d'optimisme officiel*, 2007.
- Bassand (M), Compagnon (A), Joye (D), Stein (V) : *Vivre et créer l'espace public*, Ed PPUR Lausanne, 2001. 227p.
- Benoit Meyronin, *Le marketing Territorial : enjeux et pratiques*, Paris, Vuibert, 2009. 272p.
- Élisalde Bernar, Santamaria, *Lexique de l'aménagement du territoire européen*, 1999.
- Grand dictionnaire Larousse, Paris, 1983.
- Hubert Gérardin et Jacques Poirot, *L'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel*, 2010. 160p.
- Jean-Pierre Charbonneau, *Collectivités locales : seulement une question d'institutions*, 2008.
- Laribi G et Hadjadj S, *Le Jardin d'essai du Hamma: Histoire d'un jardin colonial*, Éd La Découverte et Éditions Barzakh, 2012. 720p.
- Le Petit Larousse de la langue française, Dictionnaire français, 2010.
- Le Petit Robert de la langue française, Dictionnaire français, 2014.
- Merlin, P et Choay, F. *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement, édition : PUF, Paris*, 2000.
- Narboni R, *La lumière urbaine, Eclairer les espaces publics, édition le moniteur, Paris*, 1995, 264p.
- Pauline Marais. *Les jardins de Versailles : une découverte interdisciplinaire ?* Éd.2013. 101p.
- Petit Larousse, Ed 2006.
- Pierre Merlin & François Choay, *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement, Paris, PUF*, 1988.
- Sablet M, *Des espaces publics urbains agréables à vivre, places rues, squares, et jardins. Edition le moniteur, Paris*, 1991. 285p.
- Sassen S, *La métropole : Site stratégique et nouvelle frontière*, 1999. 140p.
- Sitte C, *L'art de bâtir les villes, Seuil, Paris*, 1996. 190p.
- Thierry Paquot, *Introduction, La Découverte « L'espace public »*, 2009. 125p.

**Articles et revue :**

- Antoine Fleury, *La rue : un objet géographique ?* Printemps 2004.
- Badrani S, *L'Algérie veut ses pôles de compétitivité : Territoires en quête d'avantage compétitifs*, in Article du journal El WATAN du 11 Décembre 2006.
- Basile Barbey, *un espace public pour tous, guide pour une planification cohérente, France, 2007.*
- Boubacar Basse, *The brand, a concept applicable to the country*, 2015.
- Burgel G, *La ville spectacle, est-elle une fiction*, 2000.
- Cepod, *Evolution du concept et de la mesure de la compétitivité*, 2008.
- Christy A and Tang L .*La Ramblas Barcelona Spain.*
- Cusin François, Damon Julien, *L'attractivité des villes*, Synthèse étude menée de janvier à avril 2010. Sur : [www.lafabriquedelacite.com](http://www.lafabriquedelacite.com)
- Dumont Gérard François, *L'attractivité métropoles moyennes en France*, 2006, In article issu de l'étude réalisée pour la DIACT (Délégation interministérielle à l'aménagement et à la compétitivité des territoires) sur population avenir.
- François Cusin. Julien Damon, *Les villes face aux défis de l'attractivité. Classements, enjeux et stratégies urbaines. Futuribles*, n° 367, octobre 2010.
- Frederic Marin. *Blog d'Alfeo*, Mai 2010
- Gwiazdzinski L, *Le rôle de l'éphémère et de l'évènementiel dans les dynamiques de la ville de 24 heures*, 2006, chronotropes apparu dans le compte rendu du colloque l'évènementiel et les villes touristiques, par l'association des géographes français AGF. 2009.
- IAAT, *Institut atlantique d'aménagement des territoires, Attractivité territoriale : Perception et identification*, 2007.
- Jean-Pierre Charbonneau, *Développement urbain, attractivité et vie démocratique locale*, 2008. Source internet: [www.médiapart.fr](http://www.médiapart.fr)
- Jean-Pierre Charbonneau, *Développement urbain, attractivité et vie démocratique locale*, 2008
- Jean-Pierre Sueur, Sénateur, *Villes du futur, futur des villes ; Quel avenir pour les villes du monde ? Rapport d'information, Tome I .enjeux. Senat, session ordinaire 2010-2011.*
- Jérôme Fabre, Nicolas Hosdez, *Insee Service Études et Diffusion* n°104 – février 2012
- Jolita Sinkiene, *City competitiveness concept, Factors, Model.*
- Ministère de la culture Française, *L'inscription territoriale et le jeu des acteurs dans les événements culturels et festifs, Villes et festivals : Synthèse*, 2002.
- Miranda M, *L'évènementiel urbain festif, une réponse aux modes de vie actuels*, 2008.

- Pegui Yannick Felix, *l'attractivité territoriale : fondements théoriques et indicateurs de mesure*. 2012
- Pichon Pascale, *Ambiances, Direction Générale des Patrimoines*, 2015.
- Revue française de gestion, Boris Bartikowski, *Les villes ont-elles une personnalité ?* 2009.
- Robert-Max Antoni, *Place publique, Extrait du Vocabulaire français de l'Art urbain*, <http://www.arturbain.fr>.
- Satre Buisson Joël, *Enseignant IAE Lille 1 - Consultant territorial*
- [www.territoires.gov.ma](http://www.territoires.gov.ma), *A la compétitivité territoriale, Etude générale*.
- Zimmermann, M et Toussaint, J.-Y, *User, observer, programmer et fabriquer l'espace public. Lausanne* : Presses polytechniques et universitaires Romande, Lausanne 2001.

### Mémoires :

- Pradel B, *L'urbanisme temporaire : Signifier les "espaces- enjeux» pour réédifier la ville. Compte rendu du colloque : Espaces de vie, enjeux : entre investissements ordinaires et mobilisations politiques*, Université Rennes 2, 5-6-7 novembre 2008.
- Sahli.F, *La répercussion de la politique urbaine en Algérie sur l'espace public, Cas de la ville de M'Sila*, Mémoire magister. Université M'Sila, 2009.
- Samali, M. *Les espaces publics tant que lieux De manifestation des faits urbains, cas de la ville nouvelle Ali Mendjeli*, Université Mentouri Constantine, 2008.
- Stein, V. *La reconquête du centre-ville : du patrimoine à l'espace public, Thèse de Doctorat, département de Géographie*, Université de Genève, 2003.
- Zepf M. *Concevoir l'espace public, les paradoxes de l'urbanité : analyse socio-spatiale de quatre places lausannoises*, Thèse no 1994, EPFL, Lausanne.1991.

### Sites internet :

- Sujets de la compétitivité et de l'attractivité des territoires. Disponible sur : <http://attractivite-des-territoires.over-blog.com>, consulté le 21-11-2016.
- Le cœur d'Alger, Didouche Mourad, Disponible sur : <http://sortiraalger.com>. Consulté le 22-01-2017.
- La Grand-place de Bruxelles, disponible sur : <http://whc.unesco.org/fr/list/857>, consulté le : 01-01-2017.
- La Grand-place de Bruxelles, disponible sur : <http://www.bruxelles.be>, consulté le 01-01-2017.
- Jardin de Versailles, disponible sur : <http://www.chateauversailles.fr>, consulté le 08-01-2017.

- Encyclopédie, Château de Versailles, disponible sur : <http://www.frommers.com>, consulté le 08-01-2017.
- Jardin botanique du Hamma, disponible sur : <http://www.jardinbotaniqueduhamma.dz>, Consulté le 05-01-2017.
- La fête des rose de la Ramblas, disponible sur : <http://www.spain.info/fr>. La ramblas, consulté 04-01-2017.
- Prévisions et statistiques météorologiques de la région du Bilbao, disponible sur : <https://fr.windfinder.com/windstatistics/bilbao>, Consulté le 05-01-2017.
- Musée Guggenheim Bilbao, disponible sur : <https://www.guggenheim-bilbao.eus/fr/le-batiment>, consulté le 05-01-2017.