

NAMUR LES CONCEPTS DU MARKETING APPLIQUÉS À L'URBANISME

Namur: le square dont vous rêvez, créez-le!

Déserté, le parc de la Maison de la culture sera redynamisé selon vos désirs et vos envies

Déserté par les promeneurs, abîmé par des dépôts de déchets sauvages, le square situé à côté de la Maison de la culture a mauvaise mine. Pourtant, il pourrait changer d'allure. Choisi dans le cadre d'un projet pilote, il sera redynamisé en fonction de vos envies... pour qu'il vous attire comme un magasin!

"Grâce à l'ambiance, la décoration ou la musique, on sait directement si un magasin nous attire. Notre objectif: adapter ces recettes du marketing pour réaménager le petit square de la Maison de la culture." Jean-Luc Calonger est président de l'AMCV (Association de Management de Centre-Ville) qui fédère les acteurs de gestion de centre-ville, comme l'asbl GAU à Namur. Professeur de marketing, Jean-Luc Calonger est un spécialiste du développement commercial des centres-ville.

Dans le cadre d'un projet européen, cette association lance neuf expériences pilotes d'ULP (pour Urban Lifestyle Point) en Wallonie. En clair, il s'agit de redynamiser des endroits publics désertés comme des parcs, des squares ou des places. Pour Namur, c'est le petit espace vert situé en contrebas de la Maison de la Culture qui a été choisi. "La recherche d'esthétique n'est pas forcément synonyme de fréquentation. À Namur, peu de personnes occupent cet espace. Pourtant, il se situe à quelques centaines de mètres de la place d'Armes qui, elle, est pleine de monde." Pour transformer cet espace abandonné, les Namurois qui fréquentent l'endroit seront consultés. Des observations extérieures seront faites... "L'objectif c'est de créer une identité, une ambiance en se basant sur les désirs, les attentes et les demandes des gens. Nous allons donc amé-

nager ce parc comme on aménage l'intérieur d'un magasin. C'est le principe même du marketing."

ET CONCRÈTEMENT?

En février 2012, les premières idées d'aménagement seront dévoilées et testées. "À l'heure actuelle difficile de savoir comment l'espace sera réaménagé pour qu'il soit réapproprié. Aux États-Unis, de petits parcs font le plein de monde depuis qu'on y a installé du petit mobilier léger comme des tables et des chaises. À Montréal, des balançoires urbaines qui se transforment en aubettes les soirs de fêtes ont permis de repeupler une place. Enfin, il y a, par exemple, la possibilité d'installer des petites fontaines prévues pour que les enfants puissent y patauger." Aménagement final prévu en février 2013... en fonction de vos envies!

GUILLAUME BARKHUYSEN



Jusqu'en janvier, les personnes qui fréquentent le square seront questionnées. À partir de leurs désirs, la redynamisation du site sera envisagée. Arrivée de mobilier urbain? De tables de ping-pong? Réponse dans moins d'un an! G.B. ET D.R.

ENTRETIEN:

Jean-Luc Calonger

ASSOCIATION DU MANAGEMENT DE CENTRE-VILLE - AMCV

"Il faut éviter le mobilier fixe"



Jean-Luc Calonger, spécialisé dans le géo-marketing G.B.

par Guillaume Barkhuysen JOURNALISTE

A Namur, les travaux de la place de l'Ange sont bientôt terminés. Le mobilier urbain sera, entre autres, composé de bancs fixes... C'est une erreur. Les habitants d'un centre-ville s'approprient très rarement le mobilier fixe comme les bancs publics. Simple exemple: il suffit qu'une personne soit assise pour qu'on ne s'y arrête pas. De plus, la nuit, le mobilier fixe peut générer des nuisances car des personnes s'y installent. Pourtant, la place d'Armes est dépourvue de mobilier et est assaillie par les Namurois. En effet. Mais un des facteurs qui influencent la venue est la présence du plancher en bois. Ici l'architecte a su créer un sentiment d'appartenance au site qui attire visiblement les jeunes namurois. C'est beaucoup plus difficile à créer dans un environnement minéral.

S'inspirer des méthodes du marketing prévues pour l'aménagement des magasins, c'est une première? C'est une démarche unique qui n'existait pas en Europe. Le principe d'un ULP (Urban Lifestyle Point), c'est de gérer un espace du domaine public pour en lui confiant de la valeur au sens marketing. C'est un projet qui implique plusieurs pays et est financé à hauteur de 3 millions d'euros par l'Union Européenne. On s'inspire de certaines expériences lancées ailleurs, comme à Montréal, Sidney ou New York. Cela fonctionnera-t-il pour le square de la Maison de la culture?

Pour que cela fonctionne, il faut absolument que soit mise en place une collaboration entre partenaires publics et privés, afin d'assurer la gestion du site. Dans ce cadre, nous avons déjà pris des contacts avec la Maison de la culture.

LES EXEMPLES D'ERREURS

Aménagement: quand l'esthétique n'attire pas les gens

Pour Jean-Luc Calonger, la création d'un sentiment d'appartenance est essentielle pour que les Namurois se réapproprient le square en bord de Sambre: "Une architecture audacieuse ou un design

original ne suffisent pas à créer des espaces de vie. A Bruxelles, ce parc (Photo n°1) a été rénové. Pourtant, il n'est pas fréquenté. Les courbes des chemins sont esthétiquement belles, mais ne donnent pas envie de s'y

promener. Autre exemple cité par le spécialiste: les esplanades. "Au Parlement européen, cet espace est vide. (2) Pourtant, à 100 mètres de là, les gens s'installent dans un square interdit aux piétons!" (3)

