HAL
open science

# Dans le cadre des démarches participatives, en quoi le partage du processus de conception conduit-il le paysagiste à utiliser de nouvelles formes de communication ?

Laurent Diaz

## To cite this version:

Laurent Diaz. Dans le cadre des démarches participatives, en quoi le partage du processus de conception conduit-il le paysagiste à utiliser de nouvelles formes de communication ?. Sciences du Vivant [q-bio]. 2017. dumas-01618516

**HAL Id: dumas-01618516**

**https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01618516**

Submitted on 6 Nov 2017

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

**AGROCAMPUS OUEST**

☑ **CFR Angers**

☐ **CFR Rennes**

GINJAUME
ARCHITECTURE ET PAYSAGE

| | |
|---|---|
| Année universitaire : 2016 - 2017<br>Spécialité :<br>Paysage<br>Spécialisation (et option éventuelle) :<br>Maîtrise d'Œuvre et Ingénierie | **Mémoire de fin d'études**<br>☑ d'Ingénieur de l'Institut Supérieur des Sciences agronomiques, agroalimentaires, horticoles et du paysage<br>☐ de Master de l'Institut Supérieur des Sciences agronomiques, agroalimentaires, horticoles et du paysage<br>☐ d'un autre établissement (étudiant arrivé en M2) |

# Dans le cadre des démarches participatives, en quoi le partage du processus de conception conduit-il le paysagiste à utiliser de nouvelles formes de communication ?

Par : Laurent DIAZ

***Soutenu à Angers le 07 Septembre 2017***

***Devant le jury composé de :***

Président : M. Sébastien Caillault, enseignant-chercheur à Agrcampus Ouest

Maître de stage : Mme. Roser Ginjaume, architecte paysagiste

Enseignant référent : Mme. Fanny Romain, enseignant-chercheur à Agrocampus Ouest

*Les analyses et les conclusions de ce travail d'étudiant n'engagent que la responsabilité de son auteur et non celle d'AGROCAMPUS OUEST*

Ce document est soumis aux conditions d'utilisation
«Paternité-Pas d'Utilisation Commerciale-Pas de Modification 4.0 France»
disponible en ligne http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.fr

# Fiche de confidentialité et de diffusion du mémoire

## Confidentialité

☐ Non ☐ Oui si oui : ☐ 1 an ☐ 5 ans ☐ 10 ans

Pendant toute la durée de confidentialité, aucune diffusion du mémoire n'est possible [1].

Date et signature du maître de stage [2] :

**A la fin de la période de confidentialité,** sa diffusion est soumise aux règles ci-dessous (droits d'auteur et autorisation de diffusion par l'enseignant à renseigner).

## Droits d'auteur

L'auteur[3] **DIAZ Laurent**

autorise la diffusion de son travail (immédiatement ou à la fin de la période de confidentialité)

☐ Oui ☐ Non

Si oui, il autorise

☐ la diffusion papier du mémoire uniquement(4)

☐ la diffusion papier du mémoire et la diffusion électronique du résumé

☐ la diffusion papier et électronique du mémoire (joindre dans ce cas la fiche de conformité du mémoire numérique et le contrat de diffusion)

(Facultatif) ☐ accepte de placer son mémoire sous licence Creative commons CC-By-Nc-Nd (voir Guide du mémoire Chap 1.4 page 6)

Date et signature de l'auteur :

## Autorisation de diffusion par le responsable de spécialisation ou son représentant

L'enseignant juge le mémoire de qualité suffisante pour être diffusé (immédiatement ou à la fin de la période de confidentialité)

☐ Oui ☐ Non

Si non, seul le titre du mémoire apparaîtra dans les bases de données.

Si oui, il autorise

☐ la diffusion papier du mémoire uniquement(4)

☐ la diffusion papier du mémoire et la diffusion électronique du résumé

☐ la diffusion papier et électronique du mémoire

Date et signature de l'enseignant :

(1) L'administration, les enseignants et les différents services de documentation d'AGROCAMPUS OUEST s'engagent à respecter cette confidentialité.
(2) Signature et cachet de l'organisme
(3).Auteur = étudiant qui réalise son mémoire de fin d'études
(4) La référence bibliographique (= Nom de l'auteur, titre du mémoire, année de soutenance, diplôme, spécialité et spécialisation/Option)) sera signalée dans les bases de données documentaires sans le résumé

***La communication consiste à comprendre celui qui écoute.***
Jean Abraham

Je tiens à remercier Mme. Roser Ginjaume pour tout ce qu'elle m'a appris durant mon stage, ainsi que pour m'avoir fait découvrir la démarche participative. Je voulais aussi remercier Mme. Fanny Romain pour l'aide qu'elle m'a apporté durant la rédaction de mon mémoire, et le suivi qu'elle a réalisé tout le long de mon stage. Enfin, je souhaitais remercier Mmes. Florence Cadeau, Morgane Le Bissonnais, Concetta Sangrigoli ainsi que M. Stéphane Hacher d'avoir pris le temps d'échanger avec moi et de me fournir la documentation dont j'avais besoin.

# TABLE DES MATIERES

**Introduction** ..... **1**

**I/ La démarche participative, une approche différente du paysage faisant intervenir de nouveaux acteurs** ..... **3**

**A°) Le paysage vu comme un outil social et non plus seulement comme un outil esthétique** **3**

1- La démarche participative, une notion récente en constante évolution ..... 3

2- Une notion graduée où le citoyen n'a pas toujours le même impact ..... 4

3- Un concept clivant qui risque de mettre à l'écart une partie de la population qui n'arrive pas à se faire entendre ..... 5

**B°) Un partage du processus de conception facilité grâce à de nouveaux supports de communication** ..... **6**

1- La communication, un axe central dans le partage et la réalisation du projet paysager ..... 6

2- Une pluralité des outils de communication permettant une démocratisation de celle-ci ..... 7

3- Une vision du projet altérée et déformée par le prisme de sa représentation ..... 8

**C°) Des supports de communication formatés, en contradiction avec la démarche participative** ..... **10**

1- Une mise en avant de l'aspect esthétique du projet au détriment du partage sur sa conception ..... 10

2- Le paysage est vu comme un produit que l'on doit vendre et non plus comme un espace vécu ..... 11

3- Une représentation figée et fictive qui peut éloigner le projet des attentes des habitants ..... 13

**II/ Etude de cas : quelles réponses ont essayé d'apporter les paysagistes à ces nouveaux enjeux liés à la prise en compte de la parole des usagers ?** ..... **15**

**A°) Une implication des habitants dans toutes les étapes de conception du projet (ex : le jardin Paul Verlaine – Nancy, Ville de Nancy)** ..... **15**

1- Une lecture du paysage pour insister sur la finalité du projet ..... 15

2- Une multiplication des réunions pour valider chacune des décisions et s'assurer que l'on ne s'éloigne pas de l'idée qu'ont les habitants du projet ..... 16

3- Une présentation des grandes étapes de la concertation lors de l'inauguration pour illustrer la fidélité du projet ..... 17

**B°) Une interaction importante pour permettre aux habitants de visualiser le projet (ex : le parc de Belleville - Paris, BASE)** ..... **19**

1- Un partage du dessin du projet grâce à un code couleur commun ..... 19

2- Un discours large mais ciblant les points qui intéressent le public ..... 20

3- Une modélisation dans l'espace du projet qui servira de référence à la réalisation des plans ..... 21

**C°) Une simplification de la genèse et de la conception du projet pour communiquer avec le plus grand nombre (ex : le square Lichtenberger Renoir – Paris, Oikos)** ..... **23**

1- La création d'une bande dessinée pour synthétiser la genèse du projet ..... 23

2- Une utilisation de mots-clés plutôt que de dessin pour permettre à chacun de visualiser le projet comme il l'entend ..... 25

3- Une vidéo retraçant le processus de conception au cours du temps ..... 26

**III/ Mise en œuvre des concepts sur le terrain : recueillir la parole des habitants dans des quartiers au public réticent à la démarche participative** ..... **29**

**A°) Une association avec un bailleur social pour toucher le public ciblé** ..... **29**

1- Apport d'une expertise et des outils nécessaires pour communiquer auprès de classes sociales réfractaires au dialogue ..... 29

2- Une plus grande visibilité auprès des habitants dans des quartiers peu ouverts au dialogue ..... 30

**B°) Une interaction et un échange possible sans pour autant être présent sur le site** ..... **31**

1- Un partage régulier et large après chaque collecte de la parole des habitants ..... 31

2- Exposition de chacune des phases de conception du projet pour permettre aux habitants de le voir évoluer et de le modifier ..... 32

**C°) Des ateliers interactifs, permettant un échange direct avec les habitants** ..... **34**

1- Des ateliers thématiques invitant à la libération de la parole ..... 34

2- Des supports ludiques, sobres et variés comme départ pour la discussion ..... 35

**Conclusion** ..... 37

**Bibliographie** ..... 38

**Annexes** ..... 41

**Annexe I : Les huit échelons de la participation, le modèle de Sherry-Arnstein (source : Comité d'évaluation et de suivi)** ..... 42

**Annexe II : Trois cas d'études où la participation a permis la conception du projet** ..... 43

**Annexe III : Compte-rendu de l'atelier de concertation mené dans le quartier Saint-Antoine à Limoux (source : Ginjaume – Architecture et Paysage)** ..... 45

**Annexe IV : Support de l'atelier de concertation organisé à Limoux (source : Ginjaume – Architecture et Paysage)** ..... 51

# GLOSSAIRE

**Aménagement paysager :** Requalification d'un territoire, en vue de lui adjoindre une plus-value répondant à des besoins sociaux.

**Débat :** Discussion entre différents interlocuteurs exposant souvent des idées opposées sur un sujet donné.

**Dialogue :** Communication le plus souvent verbale entre deux personnes ou groupes de personnes.

**Environnement :** Ensemble des réalités extérieures à un système, notamment un système social, conditionnant son existence et interagissant avec lui.

**Image :** Représentation (ou réplique) perceptible d'un être ou d'une chose.

**Médiateur :** Personne qui sert d'intermédiaire, de lien entre deux ou plusieurs entités.

**Parole :** Faculté d'exprimer et de communiquer la pensée au moyen du système des sons du langage articulé émis par les organes phonateurs.

**Perception, perceptif :** Réunion de sensations en images mentales (percepts) ou en impressions (affects).

**Projet paysage :** Outil et processus, en général collectifs, de conception et de construction de paysages réels ou imaginaires. Idées et représentations (graphiques, orales et écrites) de la mise en valeur d'un paysage ou d'un lieu produites par cet outil et ce processus.

**Représentation :** Signe ou ensemble de signes, oral (parole), écrit (texte), graphique ou iconique (image) qui exprime (rend sensible, montre) un objet, un paysage ou une idée, tels que formulés par un individu ou un groupe d'individus (représentation sociale).

## LISTE DES ANNEXES

**Annexe I : Les huit échelons de la participation, le modèle de Sherry-Arnstein (sourcre : Comité d'évalueation et de suivi) ..... 42**

**Annexe II : Trois cas d'études où la participation a permis la conception du projet .... 43**

**Annexe III : Compte-rendu de l'atelier de concertation mené dans le quartier Saint-Antoine à Limoux (source : Ginjaume – Architecture et Paysage) ..... 45**

**Annexe IV : Support de l'atelier de concertation organisé à Limoux ( source : Ginjaume – Architecture et Paysage) ..... 51**

# LISTE DES ILLUSTRATIONS

## LISTE DES FIGURES

**Figure 1 :** Les différents degrés d'implication des habitants au sein de la participation (source : M. Poudret) ..... 5

**Figure 2 :** Extrait de la lettre d'information n°1 réalisée par le Grand Lyon au sujet du parc du Sergent Blandan (source : Grand Lyon) ..... 12

**Figure 3 :** Inauguration de l'aire de jeux, les enfants étaient présents pour témoigner sur leur expérience (source : Ville de Nancy) ..... 18

**Figure 4 :** Leviers de communication employés par la ville de Nancy (source : L. Diaz) ..... 18

**Figure 5 :** L'atelier *feedback*, lieu propice à l'échange et la libération de la parole (source : BASE) ..... 19

**Figure 6 :** Synthèse des principaux mots-clés employés par BASE pour communiquer sur le projet (source : L. Diaz) ..... 20

**Figure 7 :** Modélisation dans l'espace de l'aire de jeux (source : BASE) ..... 22

**Figure 8 :** Leviers de communication employés par BASE (source : L. Diaz) ..... 23

**Figure 9 :** Extrait du panneau synthétisant la genèse du projet ( source : Oikos) ..... 24

**Figure 10 :** Scénario du projet retenu par les habitants après l'atelier architecture (source : Oikos) ..... 25

**Figure 11 :** Leviers de communication employés par Oikos (source : L. Diaz) ..... 27

**Figure 12 :** Exposition réalisée dans le cadre de la semaine du développement durable (source : Ginjaume – Architecture et Paysage) ..... 33

**Figure 13 :** Chantier participatif, lieu propice à la discussion et à l'échange sur le vécu du lieu (source : Ginjaume – Architecture et Paysage) ..... 35

## LISTE DES TABLEAUX

**Tableau 1 :** Analyse du contenu de la simulation vidéo du projet Saint-Nicolas au Havre (source : H. Bailleul, 2006) ..... 10

# AVANT-PROPOS

GINJAUME – Paysage et Architecture est une agence de paysage créé en 2008 par Roser Ginjaume, architecte et paysagiste. Elle traite des études et projets d'échelles variées et s'attache à respecter une démarche résolument qualitative dans le but de construire l'identité du projet et son territoire en perpétuelle mutation, complexe et exigeant. L'agence s'investit dans l'aménagement urbain, la gestion et la mise en valeur des territoires, du patrimoine architectural, naturel et du paysage.

Cette capacité à réaliser aussi bien des études urbaines que des projets d'aménagement urbain permet d'avoir une vision très concrète et réaliste des enjeux d'une commune. Il est très important de pouvoir confronter les études à des projets précis d'aménagement. L'un ne pourrait pas fonctionner sans l'autre.

Tout au long du processus de création d'une étude ou projet, l'agence valorise le dialogue, le partage des connaissances, la concertation, et emprunte de multiples points de vue dans le but de répondre à des besoins et à des enjeux nouveaux qu'ils soient sociaux ou environnementaux. La concertation a donc une part importante dans le processus de conception et de réalisation des projets.

Durant mon stage, j'ai pu organiser et participer à différents ateliers de concertation. C'est cette approche différente du paysage, par un biais plus social qui m'a intéressé. La présence de nouveaux acteurs, comme les usagers futurs du projet, présente un défi intellectuel et demande une nouvelle approche des méthodes de conception, et notamment de communication, qui m'ont poussé à m'orienter vers ce thème pour mon mémoire.

## INTRODUCTION

En 2005, Rob Hopkins va initier un nouveau mouvement social, les villes en transition. Selon lui, nos villes actuelles sont confrontées à un double défi : le pic pétrolier et le dérèglement climatique. Pour pouvoir faire face, des groupes d'habitants vont se rassembler et lancer dans leur commune des initiatives de transition. Ils vont mettre en place un processus impliquant la communauté et visant à assurer la résilience de la ville face à ce double défi. Il s'agit de la capacité qu'elle a à absorber les crises économiques et/ou écologiques. En 2008, Rob Hopkins publie *Le Manuel de Transition*, un recueil qui regroupe diverses actions pouvant être développées pour lutter contre ce dérèglement climatique et renouer le lien social entre les habitants d'une même commune.

L'apparition de ces nouveaux mouvements sociaux va inciter les habitants à reconsidérer leur cadre de vie. Des collectifs commencent à apparaître, comme le collectif Lichtenberger-Renoir à Paris. Ils veulent remettre l'usager au cœur du processus de conception de l'espace public et ont conscience que pour améliorer leur cadre de vie, ils doivent participer à la requalification de celui-ci.

Des acteurs nouveaux, principalement des habitants qui vivent le lieu au quotidien, apparaissent. Ils ne sont pas experts dans la conception paysagère, mais apportent l'expérience du vécu du lieu. C'est cette pratique qui manque généralement aux paysagistes. Ces nouveaux décideurs viennent d'horizons différents. Ils n'ont pas tous la même culture, le même âge et ne sont pas issus de la même classe sociale. Au premier abord, il semble assez compliqué de les faire communiquer pour prendre part à la démarche participative.

Celle-ci peut être envisagée comme *« une action consistant à prendre part. Ce terme est surtout utilisé par la réflexion politique pour différencier, selon les régimes, les niveaux d'implication des citoyens dans la décision politique »* (P. Merlin et F. Choay, 2000). Un nouveau public, non-initié aux codes de la conception paysagère, se retrouve au cœur de ce processus. Bien qu'habitués au partage du projet, les paysagistes font alors face à de nouveaux récepteurs. Cette communication se faisant généralement grâce à des outils très techniques, il est compliqué pour ces nouveaux acteurs de se projeter dans l'aménagement à venir. En utilisant des outils plus modernes, un autre problème apparaît : la dualité entre concept et représentation, fond et forme. Un projet est choisi grâce à un support visuel qui est une représentation de celui-ci. C'est donc l'esthétisme du projet qui va, en partie, permettre qu'il soit réalisé ou non. La forme de l'aménagement prévaut sur son fond. En contrepartie, à l'instar de la parole, un projet non abouti dans sa réflexion aura un visuel de mauvaise qualité. Il sera difficile de représenter quelque chose dont l'idée que l'on en a n'est pas claire. Le fond va influencer sur la forme du projet. Il est donc nécessaire de trouver le juste équilibre entre ces deux composantes.

Les démarches participatives vont demander une approche du paysage par le vécu. Il ne faut pas convaincre avec des pièces visuelles, mais provoquer la discussion autour du processus de conception du projet. Une question se pose : ***Dans le cadre des démarches participatives, en quoi ce partage conduit-il le paysagiste à utiliser de nouvelles formes de communication ?***

Par la suite, le terme communication regroupera aussi bien les supports visuels sur lesquels le paysagiste peut s'appuyer, que le discours de ce dernier et les méthodes qu'il utilise pour un partage autour du projet.

Pour essayer d'y répondre, nous allons principalement nous intéresser à la réalisation participative d'aires de jeux. Ce type de projet est particulier car il fait intervenir un public bien spécifique, les enfants. Plusieurs projets de ce type ont été réalisés durant les dix dernières années, notamment l'aire de jeux du jardin Paul Verlaine à Nancy, celle du parc de Belleville à Paris, et le square Lichtenberg-Renoir, situé aussi à Paris. Durant mon stage, le partage de la conception d'une aire de jeux a été abordé. Pour l'instant ce projet est encore

dans sa phase initiale, mais les défis de la phase de concertation m'ont permis d'expérimenter de nouveaux outils de communication.

En premier lieu, nous tenterons de définir la démarche participative grâce aux définitions générales trouvées dans la littérature. En plus de sa définition, nous nous intéresserons à la place qu'elle occupe dans la vie politique française, ainsi qu'à son organisation interne. Les différentes recherches menées sur la démarche participative nous permettrons d'analyser l'influence des nouveaux outils de communication sur le partage du processus. Nous étudierons l'impact d'une diffusion plus démocratisée sur la perception qu'ont les habitants sur le projet, mais aussi les détournements qui peuvent découler d'une trop grande utilisation de l'image virtuelle.

En deuxième partie, nous verrons comment le paysagiste réussi à développer son discours. Pour cela, nous nous pencherons sur trois cas d'études. L'analyse de ceux-ci permettra de mettre en évidence les solutions que les paysagistes ont essayées d'apporter dans chaque cas. Ils ont un point commun : il s'agit de l'aménagement d'une aire de jeux. Ils ont fait l'objet de publications dans des revues. Cependant, l'approche faite par les paysagistes diffère d'un exemple à l'autre et montre la diversité des solutions que l'on peut apporter et la multiplication des outils employés.

Enfin, nous nous focaliserons sur un aspect particulier de la communication dans la démarche participative, celui du partage avec des familles logées dans des résidences HLM. Le public ciblé est en partie le même que celui des exemples précédents, car il s'agit principalement d'enfants. Ce qui diffère c'est la classe sociale et l'approche de la démarche participative. J'ai été amené durant mon stage à travailler avec ce public sur deux projets différents, dont la conception d'une aire de jeu. Nous analyserons les outils mis en place, en mettant en avant ce qui a fonctionné, mais aussi les limites de certaines solutions apportées. L'adaptation du discours à un public particulier a permis l'expérimentation de plusieurs formes de communication.

## I/ LA DEMARCHE PARTICIPATIVE, UNE APPROCHE DIFFERENTE DU PAYSAGE FAISANT INTERVENIR DE NOUVEAUX ACTEURS

Existant depuis l'Antiquité, la participation est un principe qui s'est vraiment développé à partir de la seconde moitié du XIXème siècle. Elle s'est démocratisée au début du XXIème siècle avec l'apparition de nouveaux mouvements comme les villes en transition, initiées par Rob Hopkins. Il a alors fallu encadrer et définir cette démarche. En changeant l'approche de l'aménagement paysager, la démarche participative a aussi entraîné une modification dans l'utilisation des outils de communication sur le processus de conception. Diverses études menées sur des projets participatifs ont permis de mettre en évidence l'influence réciproque qu'avait la concertation et le partage du projet.

Nous allons tout d'abord nous intéresser à la démarche participative, son fonctionnement et sa place dans la loi française. Ensuite, nous verrons comment le développement récent des outils de communication a été propice à cette démarche. Enfin, nous traiterons des limites que peuvent présenter les supports de communication.

### A°) Le paysage vu comme un outil social et non plus seulement comme un outil esthétique

#### *1- La démarche participative, une notion récente en constante évolution*

Le besoin de participation est né de la crise de la démocratie que l'on retrouve dans tous les pays occidentaux. *« Le défaut majeur de la démocratie est probablement qu'elle tend à fonctionner à l'évidence pour les sujets ayant toujours été confrontés à la démocratie. Il n'est pas loin d'ailleurs le temps où l'on pourra parler de « déshérence démocratique » pour bien marquer le déficit dont nous souffrons dans nos sociétés »* (R. Brizais, 2005). Les citoyens ont le sentiment de ne pas être acteurs dans les décisions des élus. Ils veulent alors jouer un rôle de contre-pouvoir, et apporter un nouveau regard sur la politique en remettant en cause le fonctionnement actuel.

Le mot participation tire son origine de *particeps*, *« action de participer à quelque chose, part prise à quelque chose »* (Larousse collectif, 2003). Il n'existe pas de définition officielle de ce terme, mais on peut en trouver dans les ouvrages de référence. Le CNRTL en donne une assez vague, à savoir *« intervention dans les discussions et les décisions touchant l'organisation, la politique générale et l'avenir d'une communauté »* [1]. Dans le *Petit lexique de géomédiation paysagiste*, Pierre Donadieu parle d'un *« processus de dialogue et de légitimation de la décision publique. Il peut opérer top down (de haut en bas : concertation, consultation), ou bottom up (de bas en haut) »* [2]. La définition la plus complète reste celle donnée par Pierre Merlin et Françoise Choay dans le *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*. Ils parlent *« d'un concept régulateur. Son contenu reste flou, masquant des réalités très diverses, allant d'une assistance camouflée à une lutte ouverte, issues d'initiatives individuelles ou institutionnalisées. […] Il convient donc de ne pas se leurrer quant au sens et à la portée de la participation dans les sociétés actuelles. Toutefois, cette notion devrait conserver un rôle normatif et pourrait sans doute permettre d'inventer de nouvelles formes de dialogue et d'interaction entre le pouvoir et les usagers de l'environnement bâti »*.

La participation est un concept assez vague, mais qui permet de renouer le dialogue entre les usagers de l'espace public (les citoyens) et les décideurs (les élus). Elle regroupe un ensemble d'actions qui sont là pour faciliter les échanges. Les citoyens retrouvent une place dans les discussions publiques, sans pour autant avoir un rôle de décideur. Elle tend à modifier le processus décisionnel mais n'en change pas la finalité.

En France, elle a longtemps été mise à l'écart à cause d'un système basé sur une démocratie représentative, et non participative. Apparue en 1810 avec l'instauration de

l'enquête publique, la démarche participative est pendant longtemps restée au stade de consultations. Celles-ci se sont généralisées à partir de 1983 avec la loi Bouchardeau. Mais ce n'est qu'en 1998, avec la convention internationale d'Aarhus, que le concept de participation prend une place importante dans les décisions publiques (D. Montembault et al., 2013). Cette convention permet l'accès à l'information, la participation du public au processus décisionnel et l'accès à la justice en matière d'environnement. Elle précise qu'il faut *« favoriser la participation du public à la prise de décisions ayant des incidences sur l'environnement »* [3]. Elle encourage la participation du public dès le début d'une procédure d'aménagement, *« c'est-à-dire lorsque toutes les options et solutions sont encore possibles et que le public peut exercer une réelle influence »* [3]. Le résultat issu de cette consultation *« doit être pris en considération dans la décision finale, laquelle doit faire également l'objet d'une information »* [3]. Ces principes ont été repris dans la charte de l'environnement intégrée à la constitution française en 2005 sous la présidence de Jacques Chirac. De plus, pour les projets d'aménagement et d'urbanisme, les principes de participation sont présents dans le code de l'urbanisme. La notion de démocratie participative s'inscrit dans les principes du développement durable qui prônent une nouvelle gouvernance permettant aux citoyens d'être associés aux décisions publiques (D. Montembault et al., 2013).

Il existe un cadre très précis de la participation en France. A l'intérieur de ce cadre réglementaire, elle reste une notion qui n'est pas clairement définie. Cela laisse la possibilité à chacun d'agir comme il l'entend, et donne ainsi une plus grande liberté d'action. La participation peut être intégrée dans les projets de différentes façons. Ceci est moins contraignant. Mais pour que son action soit comprise par tous, et que l'on puisse exploiter de façon optimale les résultats qui en ressortiront, il est nécessaire de hiérarchiser les différents types d'actions.

### *2- Une notion graduée où le citoyen n'a pas toujours le même impact*

Bien que récente et à la définition floue, la notion de participation a cependant été détaillée de façon très technique, en fonction du niveau d'implication des participants au sein du projet.

Le modèle de participation le plus connu est l'échelle de la participation de Sherry Arnstein [4] (cf. annexe I). Cette échelle est une hiérarchisation des pouvoirs qui sont accordés aux citoyens. Au plus bas de l'échelle, la participation est faible, voire quasi inexistante. Au plus haut, elle prend la forme d'une participation pleinement investie par les citoyens. Les deux dernières marches de l'échelle, la « manipulation » et la « thérapie », ne sont en rien participatives et doivent être évitées.

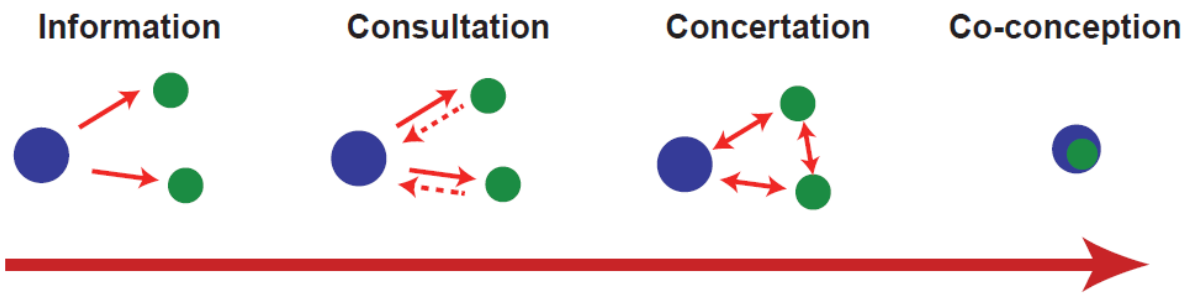
En France, le modèle principalement retenu compte quatre niveaux, défini par la Direction de l'Information Légale et Administrative (DILA) [5] :

- Premier niveau : **l'information**. Les citoyens sont tenus au courant des sujets qui les intéressent via des réunions de quartier, des associations ou encore par la presse. C'est le niveau minimum légal de la participation.

- Deuxième niveau : **la consultation / sensibilisation**. Les citoyens s'expriment sur un thème. Leurs avis peuvent être recueillis par différents moyens (entretiens, référendum local, …). Ils sont recueillis à titre indicatif, le décideur n'étant pas obligé d'en tenir compte.

- Troisième niveau : **la concertation**. Par rapport à la consultation, il s'agit plus d'un dialogue entre les citoyens et les élus. Plusieurs allers-retours entre la municipalité et la population permettent d'affiner la réflexion autour du projet. C'est une mobilisation, un partenariat entre les deux camps. Les citoyens ont un pouvoir d'expertise et peuvent se voir confier certaines tâches d'intérêt collectif.

- Quatrième niveau : **la co-production / co-conception**. Différents acteurs (élus, citoyens, associations, …) se rencontrent dès le début du projet et le conduisent ensemble. Les échanges ont lieu à chaque étape, et tous les participants peuvent émettre des propositions. Il s'agit là d'un réel partage du pouvoir. Il y a une véritable délégation de la part des décideurs.




**<u>Figure 1 :</u> Les différents degrés d'implication des habitants au sein de la participation (source : M. Poudret)**

Dans les trois premiers niveaux, le pouvoir de décision appartient aux élus, il s'agit du schéma classique de la démocratie représentative.

La co-production est encore peu utilisée en France dans la réflexion de l'aménagement de l'espace publique. Elle pose des problèmes en termes de responsabilité, de légitimité et d'arbitrage pour le citoyen amené à codécider et cogérer. En effet, elle va à l'encontre des principes fondamentaux de la démocratie représentative. Les décideurs n'ont plus le dernier mot sur le projet. On se retrouve alors dans le cadre d'une démocratie participative.

La concertation est alors le niveau le plus abouti en matière de participation. C'est elle qui permet de répondre le mieux aux besoins des habitants. Grâce à l'expertise des citoyens, il est possible de relier leurs habitudes quotidiennes aux grands enjeux de l'aménagement, de recueillir un avis supplémentaire issu directement de la population, d'améliorer la qualité et la pertinence des projets, de permettre la réussite des projets en les partageants dès la conception, de développer une vision commune du territoire...

Ceci nous amène à penser que *« la participation n'est pas participation au pouvoir mais à la construction, à l'instruction puis à la mise en œuvre ; il peut y avoir en amont participation à l'instruction mais pas à la décision. C'est la mobilisation de l'intelligence citoyenne »* (G. Gontcharoff, 2001).

*3- Un concept clivant qui risque de mettre à l'écart une partie de la population qui n'arrive pas à se faire entendre*

La démarche participative est une action qui suit souvent une initiative menée par des citoyens grâce à des associations ou des maisons de quartiers par exemple. C'est un moyen qui permet d'asseoir cette initiative. *« Il ne suffit pas qu'il existe des instances de discussion ou de concertation pour que soit mise en place la démocratie participative »* (M. Le Galic, 2005).

Elle est utilisable à toutes les étapes d'un projet. Un engagement des citoyens le plus en amont possible évite souvent une politique vouée à l'échec. Le but de cette participation accrue est de passer d'une culture d'opacité et de contestation à une culture d'intérêt et de codécision. Cependant des études montrent que face aux offres de participations de plus en plus importantes, *« seulement 2 à 3 % s'engagent et répondent à ces propositions »* (G. Gontcharoff, 2001). Paradoxalement, les seuls mouvements de participation réussissant à réunir de 15 à 20% de la population sont les « mouvements contre ». Actuellement, la participation n'est donc pas celle de l'ensemble des habitants, mais celle d'une partie des habitants. C'est là une vision plus réduite mais plus réaliste que celles vues précédemment.

Les motivations qui peuvent pousser un individu à prendre part à la démarche participative peuvent être personnelles (servir ses propres intérêts) ou d'intérêt général (associations, maisons de quartiers, …). La motivation personnelle ne peut pas être une finalité en soit. Si l'on envisage une participation active et collective, il faut que celle-ci réussisse à réunir les acteurs autour d'actions communes où l'intérêt personnel et général est présent : *« Chacun conserve ses objectifs propres tout en acceptant de contribuer à un objectif commun »* (C. Marty, 1997).

Mise en place pour limiter les inégalités sociales dans les décisions publiques, les résultats issus de la démarche participative sont à nuancer. En effet, ils sont représentatifs d'une partie de la population. La sociologue Dominique Schnapper explique que « *La pleine participation à la vie collective risque toujours […] d'être limitée aux plus actifs et aux plus entreprenants et de marginaliser les plus modestes, socialement et culturellement »*. Une partie de la population n'intervient pas dans le processus décisionnel car elle ne se sent pas ou peu concernée par la démarche participative. Il faut arriver à toucher cette partie de la population et lui montrer l'importance de son avis.

Ce constat remet en question tout le processus de participation. En effet, *« les jeunes, les exclus et les plus modestes sont en dehors de cette participation et c'est un problème majeur car la cible officiellement visée n'est pas atteinte »* (G. Gontcharoff, 2001). Certains vont même jusqu'à constater qu' *« il y a un modèle culturel de* fonctionnement *de la participation, une « petite boite » formatée »* (G. Gontcharoff, 2001). Ces critiques envers le système de fonctionnement de la participation montrent la pluralité de ces dysfonctionnements. Il est donc nécessaire d'en tenir compte dans la mise en place et la création des supports de communication autour de cette méthode pour pouvoir les dépasser.

Dans un idéal où chacun peut s'exprimer librement et comme il l'entend, le manque d'implication est considéré comme un obstacle à une concertation globale des habitants. Cette parole se retrouve alors très vite limitée à celle d'habitants que l'on peut qualifier d'experts, issus du milieu associatif. Ce constat va permettre une invention et une réinvention des outils et des modalités de la participation citoyenne dans les projets d'aménagement.

## B°) Un partage du processus de conception facilité grâce à de nouveaux supports de communication

### *1- La communication, un axe central dans le partage et la réalisation du projet paysager*

La *« représentation est véritablement la « langue » qui va être utilisée pour échanger sur un projet, pour le faire naître et connaître, pour l'apprécier dans un concours ou le présenter aux habitants, pour mettre en valeur un territoire, et bien sûr pour préparer le passage à l'acte »* (B. Apparu, 2010). La communication tient donc une part importante dans le processus paysager.

Dans le *Dictionnaire d'urbanisme et d'aménagement*, Pierre Merlin et Françoise Choay parlent de ce terme au pluriel. Selon eux, il s'agit de *« l'ensemble des voies et moyens permettant la mise en contact, la jonction »*. Ils distinguent les communications matérielles et les communications entre les personnes. Dans notre cas, il faut aborder la communication selon la définition d'Habermas et la voir comme *« processus au cours duquel le citoyen […] s'approprie la sphère publique »* (J. Habermas, 1987). Cette vision se rapproche plus de celle des communications entre les personnes qui *« se font par des canaux de communication qui sont les moyens divers empruntés par l'information pour aller d'un sujet à un autre : les messages peuvent être matériels (confiés au service postal) ou immatériels (télécommunications), et concerner des individus ou des groupes (moyens de communication de masse ou mass-média : journaux, radio, télévision) »* (P. Merlin et F. Choay, 2000).

Jacques Lévy et Michel Lussault développent plus cette idée dans le *Dictionnaire de la*

*géographie et de l'espace des sociétés*. Ils voient la communication comme *« fondement de la vie en collectivité, de la relation entre l'individu et le collectif, le proche et le lointain, l'intime et l'extime ».* Ils traitent aussi du modèle mise en place par Shannon et Weaver. Celui-ci permet de décomposer la communication en trois grandes étapes : l'émission, la transmission, et la réception d'un message.

Grâce à ce modèle, il est alors possible de diviser la communication en trois modes de propagation :

- Communication par **contagion** : le message circule dans l'espace en transitant par des individus proches d'un point de vue physique, social, culturel, professionnel ou autre. L'information est susceptible d'être transformée au cours de la transmission du message. L'individu qui, initialement était récepteur final ou intermédiaire, se retrouve alors émetteur.

- Communication par **irradiation** : toute une population étendue est potentiellement en situation de recevoir simultanément les informations. Chaque individu ne transforme le message que par l'interprétation qu'il en fait. L'individu est alors le récepteur final.

- Communication par **effusion** : elle met en jeu les relations proches et intimes. Il s'agit d'une communication qui fonctionne en faisant de chaque individu à la fois un émetteur et un récepteur, de façon alternative. C'est une forme de communication équilibrée ou interactive.

Le deuxième cas reste le modèle de communication le plus classique. Il permet de toucher une plus grande part de la population, et ce sans altérer le message. Dans le domaine du paysage, c'est cette forme de communication qui est la plus utilisée pour présenter le projet, notamment grâce aux réunions publiques.

La communication par effusion est le modèle vers lequel tend la participation. Etant basée sur l'interaction et le dialogue, elle permet de recueillir la parole des habitants. C'est cette parole qui sera par la suite utilisée dans le cadre de la conception du projet.

La communication doit être considérée comme un processus d'échange d'informations, mais aussi d'appropriation de l'information par le public (E. Katz et P. Lazarsfeld, 1964), c'est-à-dire d'abord transmission, puis interprétation de l'information. La représentation du projet sera le support principal de communication, même si ce projet ne se résume pas aux documents graphiques et passe aussi par d'autres axes, comme l'expression claire d'un choix politique, d'une vision pour un territoire, de besoins de construction et d'infrastructure. L'apparition de nouvelles technologies va permettre de faciliter sa transmission.

### *2- Une pluralité des outils de communication permettant une démocratisation de celle-ci*

Suite à une étude menée en 2008, Hélène Bailleul a fait le constat *« d'un accroissement de la production et de la diffusion de supports iconographiques dans la conception des projets. Le développement des techniques innovantes de représentation de l'espace (modélisation 3D), les nouveaux outils de diffusion et de communication sur les projets urbains (presse municipale, sites internet) favorisent le recours quasi-systématique à l'image comme support des discours sur l'espace en projet »*. L'information qui va découler de cette communication sur le projet permet d'établir la nature des échanges entre les acteurs du projet et ses destinataires. Dans le cadre de la démarche participative, ces échanges sont basés sur l'interaction et le dialogue entre les deux parties.

Le développement de nouveaux outils numériques facilite la compréhension des mécanismes du projet de paysage. Ils favorisent aussi le dialogue participatif, voire la co-construction des projets. Selon Jean-Jacques Terrin, les nouvelles technologies de représentation (3D, vidéo, simulation, modélisation) constituent de *« nouveaux langages entre maîtrises d'ouvrages urbaines, concepteurs et usagers de l'espace urbain »*. Dans

l'optique de présenter des propositions d'aménagements qui seront par la suite écartées, nuancées et partagées, la représentation de ce projet n'est pas unique mais multiple. Elle favorise davantage le dialogue que la réalisation qui demandera l'utilisation de dessins plus techniques, plus élaborés en phase ultérieure.

La démarche participative va imposer de nouveaux modes de représentation, de la BD au croquis, en passant par l'écrit (raconter une histoire) ou l'interactivité. Pour conduire cette conversation avec le public, il faut repenser la démarche menée en travaillant sur différents points (A. Masboungi, 2010) :

- La langue graphique doit être guidée par celle de la parole (chaque phrase ou dessin doit porter une idée et non une confusion, voire une absence d'idées).
- Tout dialogue implique la clarification des enjeux et des résultats attendus avec les habitants.
- Pour communiquer, il faut partager des références.
- La séduction par les pièces visuelles peut être contraire à la compréhension et à l'échange (si elle est trompeuse et malhonnête), elle peut en revanche se conjuguer avec compréhension et échange, si elle est appuyée sur le réel et non l'illusoire.

Le développement, dans de nombreuses communes, d'outils de communication électroniques fait d'Internet un média de partage primordial. En France, on compte, aujourd'hui, 40 millions d'internautes, soit 70% de la population, qui surfent en moyenne 3h57 par jour au travail ou à leur domicile (Kelkoo, 2010). Les nouveaux moyens de communication qu'apporte Internet (blogs, sites, e-mails, …) permettent une plus grande accessibilité à l'information, l'expression et la diffusion des opinions et des prises de parole. Ainsi, sites Internet, blogs, ou encore supports multimédias sont développés et utilisés comme nouveaux vecteurs de la communication publique.

Tous les moyens qui sont mis en œuvre, le plus souvent à l'initiative des collectivités locales ou de l'Etat, *« pour permettre le débat et la consultation citoyenne sur telle ou telle question publique »* (P. Flichy, 2007) et utilisant comme média de diffusion Internet forment ce que l'on appelle l'e-participation. Elle regroupe les outils et les technologies qui visent à mettre sur Internet les informations, les débats, les initiatives qui émanent des dispositifs de la démocratie participative. On y trouve notamment tous les sites qui contiennent de l'information sur les projets d'aménagement et récoltent l'avis du public par des moyens diversifiés (e-sondage, référendums en ligne, forums, ...). Ce nouveau type de communication autour du projet paysager a permis de démocratiser cette démarche auprès du grand public.

Le recours à ces représentations du projet implique la production d'un espace signifiant à partir duquel les interlocuteurs vont débattre, évaluer et qualifier l'action sur la ville. L'image offre la possibilité de comprendre les impacts du projet sur la vie urbaine. Ce renouvellement des outils de communication nous amène à nous interroger sur la manière dont les habitants reçoivent l'information. Dans le cas de la démarche participative, les questions relatives à la matérialité de l'espace (organisation spatiale, fonctions) sont traitées, ainsi que celles portant sur ses valeurs symboliques et sur le mode de vie auquel cet espace potentiel pourra renvoyer. Sa signification pour les participants aux débats est un enjeu central pour la construction d'une représentation partagée de l'espace en projet.

### *3- Une vision du projet altérée et déformée par le prisme de sa représentation*

Dans le cadre de la démarche participative, il faut s'assurer que le message que l'on veut faire passer soit compris par tous. Cependant, les différents acteurs ne perçoivent pas tous la même chose. Il faut donc être pédagogue, multiplier les modes de représentation en les combinant (maquettes, dessins, plans, schémas, …). Il faut *« admettre la complexité et*

*l'intelligence du récepteur* » (D. Wolton, 2005). On constate alors un nouveau rééquilibrage des forces entre ceux qui contrôlent l'information en la diffusant et ceux qui la reçoivent. Selon Stefano Rodota, le citoyen, avec les nouvelles technologies et les nouveaux médias, devient usager de l'information, en assurant son interprétation et sa sélection active. Il trouve sa place au sein du processus de conception.

Augustin Berque affirme, dans *Les raisons du paysage, de la Chine antique aux environnements de synthèse,* que *« le sujet postmoderne […] peut commuter le paysage en environnement, comme il commute l'environnement en paysage ».* En d'autres termes, le citoyen possède la capacité de se projeter dans l'environnement qui l'entoure et aussi de le modifier grâce à son imaginaire. Mais cette projection n'est pas objective, elle varie d'un individu à l'autre. C'est aussi le cas pour la représentation d'un aménagement futur. Ce support, qui vient illustrer le travail de conception réalisé en amont, ne traduit pas clairement la pensée de tous. L'individu qui reçoit l'information se situe dans un processus de jugement et d'interprétation. Ceci le conduit à adopter une attitude pour ou contre l'espace futur qu'il se représente.

Néanmoins*, « ce sont les bords du paysage, et ce que l'on voit à l'intérieur ne saurait être confondu avec la réalité voisine, la vraie »* (A. Berque, 1999). Il ne peut pas y avoir une confusion totale entre la représentation et l'environnement. Selon lui, il existe une différence entre le monde découvert et le monde ambiant. Philippe Quéau, dans *Éloge de la simulation : de la vie des langages à la synthèse des images*, remet en question nos références au réel. Il a montré que les techniques actuelles de communication permettent de manipuler la représentation de la réalité. Comme il est possible de modifier et d'altérer l'image d'un projet existant, il est encore plus facile de déformer celle d'un aménagement à venir. Le jugement du récepteur de l'information va alors être principalement basé sur une représentation subjective qu'on lui propose.

L'accueil du projet par les habitants va donc être influencé par les outils de représentation de celui-ci. Suite à une étude réalisée auprès d'habitants du Havre, Hélène Bailleul montre que l'interprétation par chacun du projet est fortement liée à notre rapport à l'espace en projet. Elle avance que les habitants se construisent une image partielle du projet à partir de la masse d'informations qui leur est donnée. Un processus de sélection est réalisé et ils retiennent les éléments qui leur semblent pertinents. Les individus vont comparer le projet avec l'utilisation qu'ils ont actuellement du lieu. En se projetant, ils vont être amenés à identifier les impacts qu'aura le projet sur leur quotidien. Ils vont donc chercher les avantages que celui-ci pourrait leur apporter par rapport à l'existant. Cette interprétation peut se faire sous deux angles. Premièrement, ils identifient les avantages personnels qu'un tel projet pourrait leur amener (amélioration du cadre de vie, accès à plus de service, …). Mais ils peuvent aussi avoir un regard collectif, et mettre en avant les apports bénéfiques pour l'image du quartier (quartier précurseur en termes d'aménagements, nouveau centre d'activités de la ville, …).

La symbolique du projet se retrouve fortement mise en avant par les supports de communication. Elle est au cœur de l'évaluation faite par les habitants. Toujours dans son analyse, Hélène Bailleul montre que le jugement des habitants s'appuie principalement sur les impacts symboliques et sociaux du projet, et plus modérément sur ses impacts fonctionnels. Les habitants ne sont plus de simples spectateurs de la décision publique. Ils sont capables d'interpréter et de juger l'aménagement qui leur est proposé.

C°) Des supports de communication formatés, en contradiction avec la démarche participative

1- *Une mise en avant de l'aspect esthétique du projet au détriment du partage sur sa conception*

Les représentations médiatisées par les outils de communication tels que les sites Internet forment un langage dans lequel les interventions matérielles concrétisent le changement en l'enracinant dans les représentations des habitants (M. Dumont, 2006). En mettant en avant certains aménagements proposés dans le projet, la communication l'accompagne et tend ainsi à sa bonne réception par les citoyens. Elle contribue à l'efficacité du projet. En multipliant les représentations du projet, et notamment les publications sur Internet, on développe l'idée que le projet paysager doit être plus perçu que compris.

Par exemple, le tableau suivant présente les relations, pour un aménagement précis, entre fonctions du lieu, symboles qu'il renvoie et support graphique utilisé pour transmettre cette idée. Cette étude a été réalisée à partir de l'analyse d'une animation 3D proposée sur le site de la ville du Havre. Cette animation présentait les différents aménagements du projet urbain Saint-Nicolas (H. Bailleul, 2006).

**Tableau 1 : Analyse du contenu de la simulation vidéo du projet Saint-Nicolas au Havre (source : H. Bailleul)**

| | **Valeurs symboliques** | **Valeurs fonctionnelles** | **Médiation par l'image (animation)** |
|---|---|---|---|
| **Parc Urbain** | Vitrine, mise en valeur du cadre exceptionnel, qualité environnementale | Liaison piétonne avec le centre-ville, espace de promenade et de loisirs | Visions de jour et de nuit, cartographie dynamique accentuant les liens, travelling simulant la promenade |
| **Docks Vauban** | Idéal d'une société des loisirs, modèle américain du centre commercial ludique | Nouvelle centralité commerciale, redynamisation du quartier, création d'emplois | Un espace fréquenté, avatars, mouvements, animation (travelling), visite intérieur – extérieur, effets de transparence et de connexion |
| **Centre de la Mer** | Monument, architecture emblématique, visibilité du quartier et de l'agglomération | Equipement au rayonnement national, le Havre comme destination touristique | Vue aérienne depuis le haut de la tour (360°), accentuation de la hauteur du bâtiment (vue en contre-plongée), détails architecturaux |
| **Complexe Aquatique** | Implantation d'une architecture moderne dans un site patrimonial industriel | Equipement de loisirs avec une forte attractivité au niveau de l'agglomération | Vue aérienne, traitement des espaces publics, animation des espaces publics |
| **Friche Caillard** | Mythe du « vivre ensemble », esprit village, convivialité, qualité du cadre de vie | 400 logements de standing pour attirer des populations de cadres dans un quartier populaire, mixité sociale | Mise en valeur de l'architecture (travelling sur les bâtiments), amplification du changement (vue avant-après), convivialité (vue au niveau du piéton) |
| **Docks Dombasle** | Valorisation du patrimoine industriel, des formes d'habitat innovantes, originales | Mixité fonctionnelle, aide à la création d'entreprise, seconde centralité dans le quartier | Transparence des parties nouvelles, mise en valeur de l'environnement urbain (bassins, parc urbain), activité (piétons, voitures) |

Grâce à ce tableau, on peut voir que chaque représentation des aménagements met en avant un trait particulier de celui-ci. C'est ce trait que les élus veulent valoriser auprès des habitants. Le projet est mis en avant pour sa valeur symbolique. La communication se fait uniquement sur l'image qui est renvoyée.

On a alors une double utilisation du support. Tout d'abord, il permet de communiquer

avec les habitants, grâce au partage du processus de conception. C'est son but initial dans la démarche participative. Cependant, il permet aussi de partager sur le projet, en tentant d'augmenter l'attractivité du territoire. Dans ce cas, l'idée n'est plus de partager mais de vendre le projet.

Les images virtuelles offrent une vision ultramoderne du territoire. On constate que celles-ci sont présentes de plus en plus sur Internet, parfois en dehors des sites promouvant le projet urbain qu'elles représentent. Elles servent plus de vitrines au projet, illustrant la ville telle qu'elle sera dans quelques années, que de support utile au débat et à la médiation.

*2- Le paysage est vu comme un produit que l'on doit vendre et non plus comme un espace vécu*

« *Aujourd'hui, sur n'importe quel site Internet d'une ville […], vous trouvez une photo aérienne et le plan détaillé du site concerné, quand ce n'est pas une image 3D du devenir du quartier ! Le mariage de la 3D et d'Internet fait des ravages* » (A. Loubière et A. Zimmermann, 2005). Cette prédominance de la représentation en 3D des projets d'aménagement sert de principal moyen de communication auprès des populations. Malgré le pouvoir d'interprétation que possède ce type de support, un usage abusif des images virtuelles ne sert pas uniquement à faire passer un message aux citoyens, mais est aussi vu comme un outil politique, à des fins de marketing urbain.

La diversité offerte par les outils de représentation du projet a fait oublier les outils de spatialisation plus classiques, comme les plans, les cartes et les croquis. Or ceux-ci restent réalisables par tous. Avec le développement des images de synthèse et des modélisations en 3D, les bureaux d'études ont de plus en plus recours à des graphistes utilisant des logiciels de CAO et DAO. « *La plupart des représentations sont réalisées par les mêmes agences spécialisées dont on reconnaît la patte dans les jurys de consultation urbaine, ce qui introduit des confusions dans les projets : mêmes arbres, mêmes immeubles, dont on dispose dans les bibliothèques de projets des logiciels… Cela tend à rendre les représentations très uniformes* » (A. Masboungi, 2007). La représentation du projet ainsi formatée devient un produit de consommation que l'on doit vendre. Elle n'est plus étudiée en rapport à la volonté d'aménagement, mais seulement dans l'optique d'en faire un outil esthétique.

Dans *Le marketing urbain en question,* Muriel Rosemberg s'intéresse à la double fonction que possède le support de communication dans le cadre du partage autour de l'aménagement :

- Une illustration des intentions d'aménagements, qui va modifier l'espace vécu, et qui sert de point de départ à un débat.
- Un « produit » qu'il s'agit de valoriser et de commercialiser.

Dans la seconde situation, l'image 3D devient un outil du marketing urbain et de la valorisation de l'espace futur à destination de potentiels acteurs économiques ou de futurs habitants.

Ce fut le cas, par exemple pour le parc du Sergent Blandan à Lyon. Afin de faciliter l'acceptation du projet par les riverains, le parc fit l'objet d'une grande stratégie de communication menée par le Grand Lyon. Initialement prévus pour informer les Lyonnais sur le projet et mettre en avant les avantages que celui-ci pourrait leur apporter, les outils d'information se sont vite transformés en support de marketing urbain. Le but n'était plus de présenter le parc mais de le vendre. En effet, l'axonométrie du projet (figure 2) ne sert plus uniquement à représenter les différents espaces du parc et les vécus possibles de ceux-ci. Ce support a pour principal but de mettre en avant la politique environnementale du Grand Lyon. L'objectif est de montrer les efforts mis en place par la métropole pour améliorer le cadre de vie des habitants. Cette volonté se retrouve notamment dans le champ lexical

utilisé pour décrire le lieu, avec des termes comme « oasis perché », « havres thématiques » ou encore « espace propice à la détente ». Le but de l'image n'est plus uniquement de représenter l'espace et les différentes possibilités de vécu. Elle est utilisée à des fins politiques, mettant en avant les actions menées par la métropole, et non plus ce que le parc va apporter à cette dernière. Il s'agit alors plus d'un outil de communication autour du Grand Lyon qu'autour de l'aménagement paysager en lui-même.

**<u>Figure 2 :</u> Extrait de la lettre d'information n°1 réalisée par le Grand Lyon au sujet du parc du Sergent Blandan (source : Grand Lyon)**

En fonction de son contexte d'utilisation, une même représentation du projet peut être soit un outil facilitant l'échange ou la libération de la parole, soit un outil de valorisation du lieu. Ce double statut donné aux images 3D peut constituer un obstacle dans le débat public. Pour des fins promotionnelles, l'accent peut être mis sur l'esthétisme du projet au détriment de sa fonctionnalité. Un projet non adapté au lieu et aux besoins des habitants peut alors se retrouver sélectionné.

La phase information et représentation du projet, et la phase débat et échange autour de celui-ci sont deux notions qu'il est encore assez difficile de distinguer. Bien que les nouvelles technologies facilitent l'interaction, et donc le débat, une utilisation accrue des images virtuelles du projet va entraîner un appauvrissement de l'information portée. Les modélisations ne permettent pas de retranscrire la diversité du territoire vécu. Elles restent de bons outils de communication, favorisant le marketing urbain et présentant le projet sous son meilleur jour. Ces supports sont trop figés pour pouvoir représenter les notions dynamiques que sont, par exemple, les usages du lieu par les habitants. Les expériences faites par chacun durant son quotidien ne se retrouvent pas dans ces supports, qui sont contraints par un style graphique précis. Il faut donc envisager une multiplicité et une diversité des supports de communication.

### 3- *Une représentation figée et fictive qui peut éloigner le projet des attentes des habitants*

Dans le but d'intéresser un nombre important d'acteurs (populations et entreprises) au projet, le paysagiste a une volonté de le rendre attractif grâce à l'utilisation de certains types d'images et d'une stratégie de communication ciblée. *« Les professionnels de la communication interrogés ont ainsi insisté sur le fait que la cible des images et des outils de communication comptait énormément dans le processus et dans la stratégie à mettre en place »* (H. Bailleul, 2008).

L'image que la conscience crée d'un espace n'est pas le résultat d'une simple perception, *« l'imagination est une intentionnalité »* (J.P. Sartre, 1967). Grâce à une analyse de la communication, Alex Mucchielli et Jeannine Guivarch constatent que la réception de l'information par les habitants inclue d'autres facteurs que la perception, comme les environnements sensoriel, technique, spatial et culturel qui sont mobilisés au moment de la présentation.

Cette étude permet de dégager les trois axes de la représentation que se font les habitants par rapport au projet :

- La **réception** : c'est la prise de connaissance, basée sur des « horizons d'attentes » qui constituent un genre de cheminement, de prédisposition à la réception d'une œuvre (H.R. Jauss, 1978).
- La **perception** : interprétation de la signification des objets dont nous avons connaissance (A. Schütz, 1987).
- La **représentation mentale** que fabrique l'individu qui réceptionne l'information.

Lorsque l'on communique sur un projet, la première image que les habitants vont avoir de celui-ci va être celle faite par la réception des supports graphiques. Cette étape demande une phase de jugement de valeur des images. Les habitants vont s'identifier à l'espace futur. Ils vont projeter dans cet aménagement les habitudes quotidiennes qu'ils ont déjà dans l'espace actuel, son « habiter » et son identité (T. Mannarini et S. Tartaglia, 2006). Le terme habiter est employé ici selon la définition donnée par Heidegger, à savoir qu'il s'agit du rapport à l'espace qui se construit par les pratiques et les significations que l'expérience quotidienne donne et redonne à l'individu. Grâce à l'identification des habitants au lieu, on constate ce que l'on appelle l'identité spatiale (G. Di Méo, 2007). Ce terme possède une double définition dans le *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* : *« identité d'un espace »*, et *« identité d'un opérateur à un espace »*.

Il s'agit donc à la fois des caractéristiques propre d'un espace (fonctions, usages) mais aussi la relation que peut avoir un usager avec l'espace qui l'entoure. Le vécu des habitants est fortement lié à l'organisation de celui-ci. Dans la démarche participative, c'est autour de cet axe que la communication est faite. Le partage sur le processus de conception doit servir de support à un débat. Cependant, avec des outils de communication fixes, on se retrouve dans une situation où seule l'organisation du lieu est mis en avant. On ne tient pratiquement pas compte des usages quotidiens, plus compliqués à représenter, et qui risquent de surcharger le message que l'on veut faire passer.

Avec la démarche participative, c'est l'approche de la conception par le débat qui s'est développée. Chacune des décisions sera prise après concertation et échange avec les habitants. Les outils de communication doivent alors servir ce discours et être des supports permettant de récupérer la parole des habitants. Or Michel Lussault affirme, dans son analyse des mondes virtuels, que *« ces espaces virtuels promeuvent la domination d'un standard : celui de l'urbain mondialisé, globalement peu dense, tel qu'il se répand aux Etats-Unis […] Le décor urbain simulé ne constitue qu'un cadre assez neutre, doté d'aménités aseptisées ».* L'image virtuelle d'un projet n'est pas source de débat sur l'espace. Elle fait émerger des conflits de représentation, des conflits identitaires mais presque pas de réflexions sur le contenu du projet et sur ses enjeux.

Le paysagiste doit alors être pédagogue pour pouvoir animer le débat malgré les contraintes dues aux outils de représentation. Pour cela, il va travailler son discours, multiplier les supports et surtout créer l'interaction avec les habitants.

## II/ ETUDE DE CAS : QUELLES REPONSES ONT ESSAYE D'APPORTER LES PAYSAGISTES A CES NOUVEAUX ENJEUX LIES A LA PRISE EN COMPTE DE LA PAROLE DES USAGERS ?

Avec la démocratisation de la démarche participative, on voit apparaître de plus en plus des groupements de citoyens qui ont pour but de requalifier leur cadre de vie. N'ayant pas l'expertise nécessaire pour faire aboutir leur projet, ils peuvent alors demander conseil à des bureaux d'études spécialisés dans l'aménagement de l'espace urbain. Ceux-ci vont reprendre en cours un travail déjà amorcé, et le poursuivre. Ils vont surtout devoir communiquer autour de ce projet pour continuer d'impliquer les habitants. Pour voir quelles sont les solutions proposées, nous allons nous intéresser à trois projets participatifs d'aménagement d'une aire de jeux.

Les trois cas qui vont être étudiés sont : le jardin Paul Verlaine à Nancy, le parc de Belleville à Paris et le square Lichtenberger-Renoir à Paris. Pour ces trois exemples, nous verrons quels ont été les outils, graphiques ou non, mis en place pour créer le dialogue avec les différents acteurs du projet et permettre le partage du processus de conception. Ces trois exemples, différents les uns des autres, ont été choisis pour montrer la diversité des outils pouvant être mis en place. L'aménagement de l'aire de jeux dans le parc de Belleville est un projet de grande envergure, qui a fait l'objet de nombreuses publications. Il est aujourd'hui considéré comme une référence dans l'étude des aménagements participatifs. A contrario, celui du jardin Paul Verlaine est de taille modeste. Il a été réalisé en interne par la ville de Nancy avec un budget et une mobilisation des habitants moindre par rapport au parc de Belleville. Enfin, le square de Lichtenberg-Renoir diffère des deux premiers cas par le fait que les habitants ont participé à la réalisation de celui-ci via des chantiers participatifs. Ils ont été totalement impliqués dans toutes les étapes du projet, de la partie conception à sa réalisation.

### A°) Une implication des habitants dans toutes les étapes de conception du projet (ex : le jardin Paul Verlaine – Nancy, Ville de Nancy)

Le jardin Paul Verlaine est situé sur les anciens dépôts de bus de l'agglomération nancéenne. Ce jardin public a conservé un maillage parcellaire des anciens potagers d'immeubles pour créer plusieurs scènes. Une d'entre elles a été réservée pour la conception d'une aire de jeux (Horticulture & Paysage, 2010).

#### *1- Une lecture du paysage pour insister sur la finalité du projet*

Dans sa démarche participative, la ville de Nancy utilise généralement la même méthode. Celle-ci a déjà fait ses preuves par le passé et c'est pour cette raison que le service des espaces verts continue de l'utiliser. Elle commence en premier lieu par une lecture du paysage réalisée avec les habitants participant à la conception du projet (P. Didierjean, 2010).

En se rendant sur le terrain, les enfants des écoles primaires proches du jardin ont pu visualiser l'espace qui leur était réservé pour l'aménagement. La lecture du paysage inscrit le lieu dans une expérience physique. Celle-ci permet d'extraire et de rassembler les visions du paysage de chacun, et ainsi mettre en évidence ce paysage commun qui sera le support du futur aménagement. Lors de cette activité, les intervenants ont cherché à développer chez l'enfant sa capacité à sélectionner des informations dans le paysage pour mieux le comprendre. La lecture de paysage peut se faire in-situ depuis un point de vue, mais aussi à partir de photos, de plans, en complément avec une sortie sur le terrain.

Le premier enjeu du partage du processus de conception est l'analyse et la compréhension de la situation actuelle par les habitants. En effet, le dessin va permettre de

sélectionner et synthétiser les données sur lesquelles s'appuiera la démarche de projet. C'est donc l'étape qui va suivre cette analyse de terrain. Ce travail peut être thématique pour sortir l'axe sur lequel on souhaite intervenir. Le concepteur va essayer de mettre en avant les « anomalies » du site avec l'aide des habitants. Ce travail d'analyse tente de dégager les éléments que le concepteur choisira parmi l'ensemble des informations contenues sur le site pour élaborer son projet. Le fait d'être en extérieur contribue à rendre moins formels les échanges et incite chacun à s'exprimer.

Il s'agit d'une approche du paysage que l'on peut qualifier de sensorielle. Elle va faire intervenir les sens plutôt que le raisonnement. En arrivant sur le lieu du projet, c'est tout d'abord la vue qui va guider l'interprétation des enfants. Une impression générale va se dégager du paysage : il va nous sembler beau ou laid, calme et reposant, monotone ou varié, ... Suite à cette découverte, la démarche va devenir active et non plus passive. Les éléments du paysage vont être listés, en commençant par les éléments les plus généraux, puis en entrant dans le détail. Cette étape peut se regrouper sous deux thèmes :

- **La perception de l'espace** : elle regroupe toutes les sensations visuelles que procure l'étude du paysage (les textures, les couleurs, le type de ligne dominante, l'ouverture du lieu sur le reste de la ville, l'utilisation faite par les habitants du lieu).

- **La géométrie du paysage** : il s'agit de l'agencement des différents éléments composant l'espace entre eux (les plans de vue, les effets géométriques).

Cependant, cette analyse que l'on fait du paysage dépend de notre point de vue. Les impressions et la structure du paysage diffèrent selon l'endroit où l'on se situe. Pour remédier à ça, il faut réaliser la lecture du paysage durant un itinéraire préalablement établi et qui permet de traverser le paysage étudié. Une étude préalable permet de localiser les points les plus propices et les plus pertinents pour l'observation. La difficulté de lecture est accentuée par un rapport plus complexe à l'espace produit par l'évolution des mobilités, la vitesse et le fait que les perceptions spatiales ne sont pas seulement visuelles mais polysensuelles.

De plus, ce type d'analyse est subjectif. En effet, la réflexion ne sera pas la même d'un observateur à l'autre. Celle-ci sera influencée par les goûts personnels, l'âge, l'expérience, le métier, l'intérêt pour l'aménagement ou pour la préservation des milieux naturels, ... La fabrication d'une image mentale n'est pas un exercice facile. Elle demande un important travail de visualisation et de projection, ce qui n'est pas forcément le cas pour tous. Dans ce cas, la lecture étant réalisée avec des enfants, l'imagination de ces derniers possède moins de limite que pour un adulte. L'utilisation de supports visuels comme des images de référence peut être un plus qui facilite la projection des habitants.

### *2- Une multiplication des réunions pour valider chacune des décisions et s'assurer que l'on ne s'éloigne pas de l'idée qu'ont les habitants du projet*

Pour réaliser cette aire de jeux, le service espaces verts de la ville de Nancy a réalisé 8 réunions de concertation (Horticulture & Paysage, 2010). C'est un nombre important de réunions, comparé à la taille du projet. Les réunions ont été organisées dans deux écoles proches du futur aménagement. Le choix de ce lieu est en lien avec le projet. Comme il s'agit d'une aire de jeux, le public qui était présent aux réunions est en partie le public ciblé par l'aménagement.

La multiplication des réunions met en avant une volonté de « faire le projet avec » et non de « faire le projet à la place de ». Ces interventions sont des lieux d'échanges organisés et animés. Ils permettent ainsi de libérer la parole des différents acteurs en les invitant à s'exprimer par petits groupes, avec un support de communication adapté et sur des thèmes choisis, sélectionnés en fonction du temps de discussion disponible. Pour obtenir un résultat, cet échange doit être équilibré et productif. Un rythme important de rencontres assure une bonne dynamique dans l'avancée de la réflexion.

Une organisation de telle réunion demande une logistique en amont importante. Pour réussir à recueillir une parole des habitants utile et détaillée, le service des espaces verts de la ville de Nancy a dû anticiper la répartition du temps de travail, les différents supports visuels pouvant être utilisés et les thèmes qui seront abordés.

Pour ce genre de réunion regroupant des personnes venant d'horizons différents, et ne se connaissant pas forcément, il est parfois nécessaire d'attendre un temps d'acclimatation pour pouvoir réaliser un travail productif. De plus, les intervenants peuvent changer d'une réunion à l'autre (les groupes variaient entre 25 et 30 personnes à chaque intervention). Il faut donc revenir sur les résultats obtenus précédemment, en demandant au paysagiste de réaliser un travail de synthèse. La participation à ces réunions étant basée sur le volontariat, les participants sont tous motivés par la même volonté, améliorer l'espace publique en offrant un meilleur cadre de vie aux enfants. Cette motivation commune est un atout pour briser les différences sociales et culturelles. C'est l'objectif vers lequel doit tendre chaque réunion.

Suite à la lecture de paysage réalisée sur le site, le service d'espaces verts et les enfants ont réalisé ensemble le cahier des charges du projet d'aménagement. Ils vont alors pouvoir choisir le contenu de l'aire, les structures accessibles aux handicapés, le matériau majoritaire, la surface à aménager, les coloris et les thèmes d'inspiration. Ce sont aussi les enfants qui vont valider la proposition qu'ils préfèrent parmi celles qui leur seront proposées après un appel d'offre. En étant présents à chacune des étapes de la conception du projet, le service des espaces verts de Nancy et les enfants ont pu créer le projet ensemble. Les enfants sont donc conscients du coût de chacune des structures. Avec une immersion totale dans le processus de conception, on assiste à une véritable responsabilisation des plus jeunes. Ils vont par la suite faire la police eux-mêmes et surveiller l'état de l'aire de jeux.

Une telle implication demande beaucoup de temps aux enseignants et aux enfants. Ils doivent acquérir les codes d'un milieu qu'ils ne connaissent pas. Le fait de les intégrer à chacune des étapes leur permet de mieux comprendre l'évolution de la réflexion autour du projet. Ils voient l'utilité de chacune des interventions du processus de création de l'aire, de la réflexion au montage des jeux. Ce travail demande aussi beaucoup de temps au paysagiste qui doit s'assurer que l'ensemble du groupe a compris son message. Il doit adapter son discours à un public très jeune, adapter son langage pour se faire comprendre par tous. Ce travail de vulgarisation de la pensée est une étape importante pour réussir à communiquer avec des enfants. Sans cette étape, le message ne passe pas et les enfants ne peuvent pas comprendre la finalité de leur action.

### *3- Une présentation des grandes étapes de la concertation lors de l'inauguration pour illustrer la fidélité du projet*

Ouvert au public fin 2009, l'inauguration de l'aire de jeux a été l'occasion de revenir sur les grandes étapes de la concertation. Pour cela, les dessins réalisés par les enfants au cours des différents ateliers ont été plastifiés et présentés sur un grand panneau (Horticulture & Paysage, 2010). Cette exposition montre le regard singulier que chacun a porté sur le projet et les propositions d'aménagement diverses dans le même milieu.

Il s'agit d'un espace convivial, propice aux rencontres et aux échanges. Cette ambiance et cette exposition permet de se familiariser avec le projet. De plus, les acteurs ayant participé à sa conception sont présents (enfants et enseignants). Ces derniers ont un rôle de médiateur et peuvent apporter un témoignage sur la démarche ayant abouti à ce résultat. Ils instaurent un débat public avec les autres habitants qui sont utilisateurs de l'aire de jeux, mais qui n'ont pas participé à sa conception.

**<u>Figure 3 :</u> Inauguration de l'aire de jeux, les enfants étaient présents pour témoigner sur leur expérience (source : Ville de Nancy)**

Un tel choix de présentation des idées d'aménagement, opposant le projet final et les propositions des enfants, est une scénographie qui oppose l'expérience des images à la réalité. Elle invite les habitants à avoir une réflexion entre ce qui est représenté et que l'on retrouve dans le projet, et ce qui fait partie de l'imaginaire des enfants. C'est le témoin d'une expérience paysagère à la fois personnelle par les dessins préparatoires, et collective dans sa finalité.

En complément de cette exposition, les enfants ont créé une histoire autour de leur aménagement. Elle a ensuite été racontée au maire de Nancy, réalisant ainsi un bilan d'expérience. Ils ont pu conter comment leur est venue l'idée de l'aménagement, le travail qu'ils ont réalisé grâce à la concertation et ce que cette démarche leur avait appris (P. Didierjean, 2010). Ce retour d'expérience est un témoignage important dans le partage du processus de conception de l'aire de jeux. Chaque étape étant résumée par des acteurs n'étant pas des experts du paysage, cela permet de voir ce qui a été compris ou non. La pensée est vulgarisée. Elle est racontée dans un *« langage de gamin »* (P. Didierjean, 2010), ce qui poussent les enfants à communiquer. Le paysagiste a ainsi un retour d'expérience. Il sait ce qui a fonctionné durant la conception du projet. Grâce à ce témoignage, il peut corriger sa démarche et l'améliorer. Bien que le public diffère d'un aménagement à l'autre, ce retour peut quand même aider à identifier les points forts et les points faibles de la concertation.

Dans leur politique de participation, les espaces verts de la ville de Nancy ont voulu mettre en avant les interventions sur le terrain, que ce soit durant la phase d'étude ou pour présenter le projet aux habitants. Le choix de ce cadre permet de rompre avec le côté formel des réunions publiques. En étant déjà présents sur les lieux de l'aménagement futur, il est alors plus facile pour les habitants de se projeter dans celui-ci. De plus, la ville a vraiment voulu intégrer les enfants dans chacune des étapes du projet. Cela s'est concrétisé par une multiplication des réunions de concertation. Bien que cette méthode permette au projet d'être mieux accepté par la suite, elle demande d'importants moyens logistiques et un temps considérable pour être vraiment efficace.

| |
|---|
| ~~PRESENTATION DANS UNE SALLE~~ → PRESENTATION DIRECTEMENT SUR LE LIEU DU PROJET |
| ~~FAIRE PROJET A LA PLACE DE~~ → FAIRE LE PROJET AVEC |

**<u>Figure 4 :</u> Leviers de communication employés par la ville de Nancy (source : L. Diaz)**

B°) Une interaction importante pour permettre aux habitants de visualiser le projet (ex : le parc de Belleville - Paris, BASE)

A l'origine, cette aire de jeux a été créée pour remplacer une aire plus ancienne, fermée en 2002 pour des raisons de sécurité. Suite à cette fermeture, la direction des espaces verts de la ville de Paris a invité les habitants du quartier et leurs enfants à réfléchir à un nouveau concept d'aire ludique, en concertation avec le Comité pour le Développement de l'Espace pour le Jeu (CODEJ) [6].

*1- Un partage du dessin du projet grâce à un code couleur commun*

Le travail de concertation a été fait sous forme d'ateliers pour enfants et adultes (expression orale, écrite et graphique). Ils ont permis de connaître de façon précise les souhaits des populations concernées et de dégager les objectifs pour la mission de maîtrise d'œuvre. L'agence BASE a été mandaté par la suite pour synthétiser ce travail, interpréter les attentes du public et apporter une réponse spatiale.

Une fois la synthèse réalisée, l'agence s'est lancée dans l'esquisse du projet. Afin de préciser la parole des habitants et vérifier les options retenues, le bureau d'études a réalisé un partage du dessin du projet via un atelier *feedback* (figure 5). Les intervenants étaient réunis autour d'une table et munis d'un stylo quatre couleurs. Sur la table, les organisateurs avaient placé des fonds de carte en filaire noir et blanc pour permettre aux participants de dessiner chacun sur ces plans. Comme ils possédaient tous les mêmes couleurs, le code graphique était commun (noir pour le sol, rouge pour le mobilier, les équipements ou les constructions nouvelles, vert pour les végétaux et bleu pour l'eau). Les participants qui avaient peur de dessiner sur les fonds de carte ont été invités à écrire directement dessus, tout en respectant le code couleur (M. Le Bissonnais, 2017).

**Figure 5 : L'atelier *feedback*, lieu propice à l'échange et la libération de la parole (source : BASE)**

L'objectif de cet atelier était de revenir vers le groupe de participants aux ateliers menés par le CODEJ avec une proposition d'aménagement. Ce fonctionnement basé sur l'échange, le dialogue et non la présentation a permis d'aller à la rencontre de groupes qui n'étaient pas encore venus prendre part au projet jusque-là. Les intervenants pouvaient interagir directement avec les organisateurs. Il fut alors possible d'adapter le discours à chacun des habitants. Celui-ci ne se retrouvait pas noyé sous une masse d'informations. La description du projet était plus claire et le message qu'on voulait faire passer correspondait aux attentes.

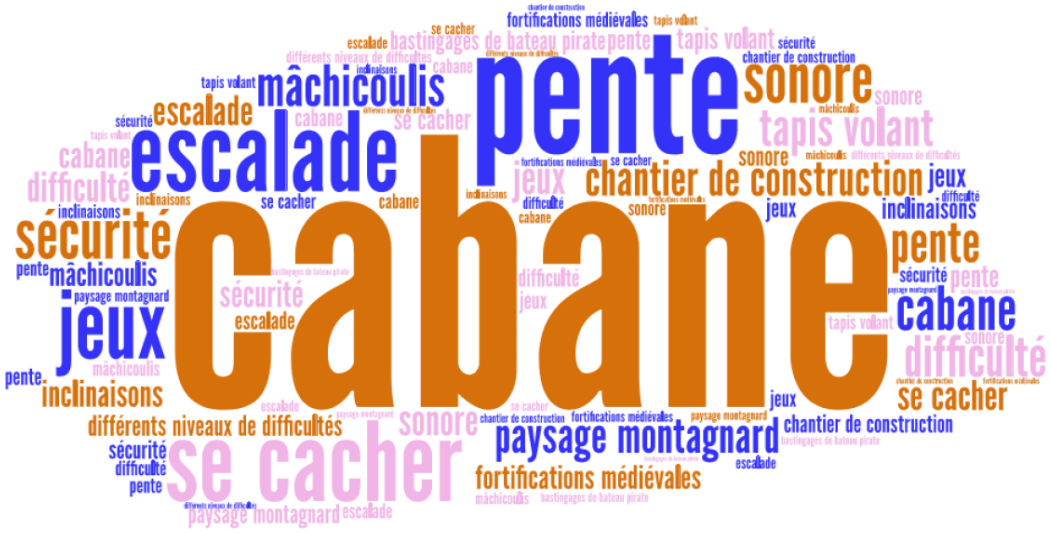
Cette étape est aussi la dernière où d'importants changements sur le projet peuvent être réalisés. Elle est primordiale dans le processus de conception. L'utilisation d'un code couleur commun permet de limiter l'auto-censure des intervenants. Les adultes comme les enfants peuvent prendre part aux ateliers, et donner leur avis. C'est aussi un bon moyen de recueillir en direct les opinions des habitants sur le projet. Etant basé sur l'échange, les deux parties peuvent débattre. La communication autour de l'aménagement est alors à double

sens. Les habitants donnent leur avis sur le projet, et le paysagiste justifie ses choix. On s'éloigne ainsi d'un schéma plus classique de réunions publiques où, même s'il est possible de donner son avis sur le projet, celui-ci a moins de poids sur les modifications futures de la proposition d'aménagement.

Une telle rencontre a permis de mettre en évidence l'importance de communiquer auprès des habitants autour d'un projet. Cette communication doit se faire sur son ensemble, et notamment sur les différentes phases de conception. La difficulté qu'a eue BASE a été de poursuivre un travail réalisé par le CODEJ. Avant de pouvoir intervenir, il a fallu que l'agence rencontre de nouveau les habitants pour se faire connaitre, expliquer son rôle et son apport au projet. Ce fut un des enjeux de l'atelier *feedback* qui a été la première rencontre entre le maître d'œuvre et les habitants.

*2- Un discours large mais ciblant les points qui intéressent le public*

La communication sur le processus de conception du projet ne passe pas uniquement par la présentation de supports visuels l'illustrant. Elle se fait aussi à travers l'idée même du projet et du message que l'on veut faire passer. L'aire de jeux de Belleville n'est pas une aire de jeux que l'on peut qualifier de standard. Elle a été construite à partir des ateliers de concertation menés en amont. Un des objectifs des équipes de BASE a été de faire comprendre aux habitants la démarche qu'ils ont utilisée pour arriver à ce résultat. Ils ont présenté au public leur réflexion jusqu'à la proposition d'aménagement aboutie.




**<u>Figure 6 :</u> Synthèse des principaux mots-clés employés par BASE pour communiquer sur le projet (source : L. Diaz)**

La réalisation de cette aire de jeux spécifique a permis un questionnement sur les habitudes de leur conception, à cheval entre pratique collective et individuelle. Imaginer des jeux pas seulement réservés aux enfants a été la piste étudiée par ces concepteurs.

Il est ressorti des ateliers de réflexion la volonté de créer une aire innovante dont la mission était d'obliger les enfants à développer leur sens de l'exploration, mais aussi de les inciter à prendre des risques calculés et surtout à se dépasser. Les habitants n'ont pas échangé sur une idée précise d'un visuel mais sur une fonctionnalité. L'idée directrice du projet émise par les habitants du quartier fut donc la prise de risque. De plus, vu la topographie du lieu, il a semblé évident que la structure construite serait créée sur mesure.

Les enfants ont une imagination bien plus développée que les adultes qui leur permet d'interpréter de mille façons un lieu. Ils vivent l'espace de manière distanciée et mouvante et l'aire de jeux doit favoriser cela. Selon Clément Willemin, il est nécessaire de *« créer des*

*lieux à l'opposé du décor de cinéma figé, des structures qui laissent libre cours à toutes les interprétations sans pour autant tomber dans l'abstraction »* (M. Darrieus, 2013). Ces enfants sont la cible de l'aménagement. Le projet présenté doit donc les toucher. C'est pour cette raison que l'agence a pris le parti d'une architecture que l'on peut qualifier d'un peu floue, donnant ainsi un cadre dans lequel l'imaginaire de l'enfant peut s'exprimer. L'aire de jeux du parc de Belleville est à la fois une cabane, une piste de ski et un bateau [6].

Le projet s'articule autour d'un concept large, la cabane. Ce choix facilite la visualisation du projet final. Tout le monde connaît le rôle d'une cabane, son but étant de permettre aux enfants de se rencontrer, de fabuler, de se reposer ou de se cacher. L'avantage de cette construction est qu'il en existe différents types (arboricole, troglodyte, forestière, ...). C'est aussi le décor de nombreuses histoires créées par les enfants. Dans cette même perspective, BASE a tenté de superposer différentes évocations possibles dans son projet : paysage montagnard, chantier de construction, tapis volant, mâchicoulis et fortifications médiévales, bastingages de bateau pirate, ... [6]

En raison des dénivelés du parcours, cette aire s'adresse toutefois aux pré-ados c'est-à-dire les 8-12 ans. C'est un choix peu courant en France car il s'agit public exigeant. De plus, d'après Gildas Gontcharoff, il s'agit d'une des classes d'âge la plus sous-représentée dans le cadre de la démarche participative. Il fallait donc adapter le discours afin d'attirer l'attention du public ciblé. BASE a mis l'accent sur le niveau de difficulté de l'aire de jeux. Il fallait créer un lieu où les pré-ados apprennent à connaître et dépasser leurs limites. Dans ce cas, le paysagiste a plus une réflexion de « parents éducateurs » que de spécialiste. Pour que le message passe, il est important de toujours rendre visible la difficulté, il ne doit pas y avoir d'autres pièges que les dangers que l'on voit.

Mais en mettant l'accent sur le dépassement des limites, et le risque que présente la pente du lieu, un tel discours risque d'alarmer les parents. Dans sa présentation, l'équipe a dû nuancer ses propos en présentant aussi le côté sécurisé de l'aire de jeux. Malgré une apparence vertigineuse, celle-ci respecte toutes les normes de sécurité en vigueur en France. Le bureau d'études a apporté son expertise technique en proposant un aménagement unique, à la limite entre risque et sécurité.

### *3- Une modélisation dans l'espace du projet qui servira de référence à la réalisation des plans*

La phase esquisse a permis de présenter les orientations générales de la proposition d'aménagement. Cette proposition s'inspirait des attentes du public, du cahier des charges de la maîtrise d'ouvrage et de ses contraintes. Pour la phase AVP, l'équipe a décidé de concevoir un projet directement en maquette. En effet, la topographie, les contraintes de l'existant et le choix de l'aménagement ont amené à réfléchir à des solutions en volume plutôt qu'en plan. Par la suite, tous les plans de la phase AVP ont été réalisés en se servant de la maquette (BASE, 2004).

Le projet retenu pour l'aménagement est un parcours d'escalade présentant plusieurs inclinaisons, correspondant chacune à un niveau de difficulté pour différentes tranches d'âge. De plus, l'aire est située dans un espace présentant une pente importante. Il est donc difficile de dessiner ces volumes sur un plan en 2D. On obtiendrait une représentation peu lisible, sur laquelle se superposeraient les différents niveaux. L'intérêt majeur du projet, à savoir un jeu sur les hauteurs et les pentes ne serait pas perçu par les habitants lors de la présentation de ce dernier. Il y aurait un problème de visualisation des récepteurs.

La maquette (figure 7) apporte un cadre précis, une échelle de représentation, un choix des matériaux permettant une meilleure visualisation pour les utilisateurs. Les idées émises par les habitants lors des différents ateliers se retrouvent alors concrétisées de façon claire dans un support où les matériaux, apposés, collés, pliés construisent ce discours dans l'espace. Le partage du projet se fait au même niveau de conception. Chacun possède une

représentation semblable de l'aménagement qui va être réalisé. C'est un outil de construction de la pensée. Généralement montrée au grand public comme l'image du projet à venir, la fabrication est détachée du processus de conception du projet et s'impose comme le produit fini.

**Figure 7 : Modélisation dans l'espace de l'aire de jeux (source : BASE)**

Contrairement aux représentations numériques, la maquette est un support que l'on peut qualifier de rigide. Il est très difficile de la modifier. C'est pour cette raison qu'elle est généralement utilisée en complément de plans et d'autres pièces graphiques. Or, pour ce projet, BASE a décidé d'utiliser cette maquette comme support technique pour la réalisation des plans jusqu'à l'aboutissement du projet et sa concrétisation. La moindre modification que l'on apporte au projet, même infime, a un impact considérable sur la maquette. Elle peut entraîner des frais supplémentaires importants pour l'agence.

Cependant, assez paradoxalement, il ne s'agit par d'un support figé. Elle évolue avec le projet, et est l'espace de nouvelles expériences sensibles en mouvement. C'est elle qui contient l'expérience vécue sur les lieux à venir, mais aussi de son propre processus de fabrication. C'est à la fois une représentation d'un espace, un moyen d'échange et un outil de construction de la pensée.

Un autre problème que présente un tel support est l'échelle de représentation. En voulant présenter le projet dans son intégrité, il est difficile pour le paysagiste de rentrer dans un niveau de détail important. Or, comme vu précédemment, l'agence BASE s'est servie de cette maquette comme support jusqu'à l'aboutissement du projet. Si l'échelle de la maquette est trop petite, elle présente un niveau de détails faible. Mais pour avoir une bonne résolution, elle devra être de taille considérable, et donc difficilement déplaçable. Ceci rend sa présentation aux habitants plus compliquée, et ne permet de toucher qu'un public restreint. Si l'échelle choisie est grande, alors la représentation du projet est sommaire mais de taille raisonnable. Pour ce projet, BASE a choisi de réaliser une maquette de taille

considérable, rendant plus difficile sa diffusion auprès d'un large public.

Afin de communiquer sur leur projet, les équipes de BASE ont décidé de cibler au mieux leur discours. Cela est donc passé par la réalisation d'un atelier *feedback* et un choix précis des termes employés pour décrire le projet. Les ateliers ont permis de se rapprocher au maximum des habitants, récupérant ainsi leur parole et créant un débat. Ce débat est alimenté par un discours large qui permet à chacun de se projeter, à sa manière, dans le projet. Cette idée se retrouve dans la représentation en 3D du projet. Les codes classiques d'une représentation en 2D sont cassés, il n'y a plus un point de vue prédéterminé, mais un point de vue pour chaque habitant. Il n'y a alors plus une seule représentation du projet, mais une multitude.

| |
|---|
| ~~COMMUNICATION UNIFORMISEE~~ → COMMUNICATION CIBLEE |
| ~~PERSUADER LE PUBLIC~~ → ALIMENTER LE DEBAT |

**Figure 8 : Leviers de communication employés par BASE (source : L. Diaz)**

C°) Une simplification de la genèse et de la conception du projet pour communiquer avec le plus grand nombre (ex : le square Lichtenberger Renoir – Paris, Oikos)

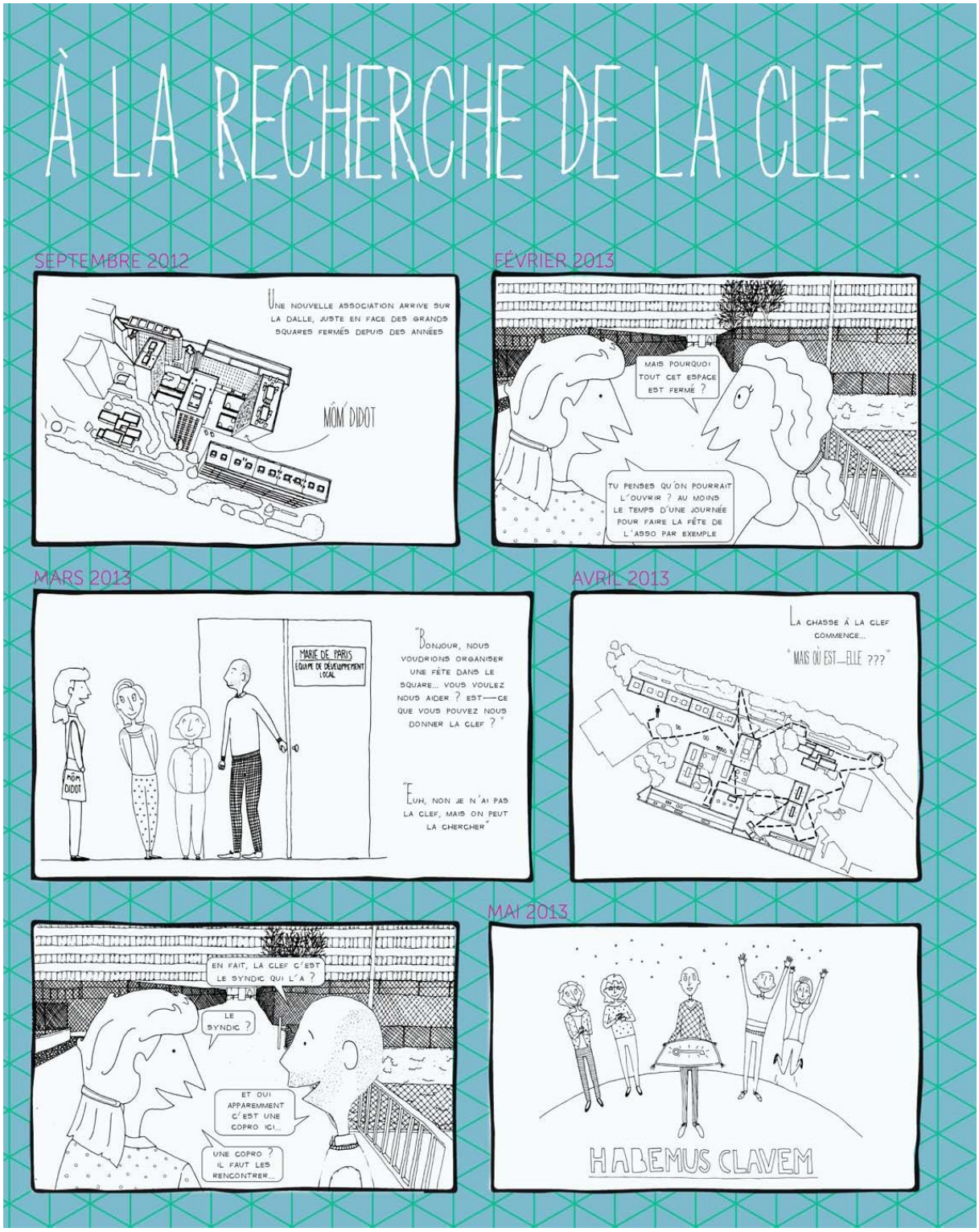
Zones clôturées et oubliées en pied d'immeubles, les squares Lichtenberger-Renoir sont des espaces publics abandonnés depuis 20 ans. Une mobilisation d'habitants et d'usagers en recherche d'espaces collectifs pour se retrouver a entraîné une réflexion sur leur aménagement. Cette réflexion a abouti à la création d'un square marin, un espace pensé et réalisé avec les habitants [7].

*1- La création d'une bande dessinée pour synthétiser la genèse du projet*

La réflexion autour de l'aménagement de ce square a été initiée par un collectif d'habitants et d'associations. Ceux-ci ont commencé à chercher des pistes pour le projet futur. C'est de ce travail en amont qu'est apparu le choix du maître d'œuvre. Tout comme l'aire de jeux au parc de Belleville, un bureau d'études et de conception a été mandaté pour apporter une expertise technique aux propositions d'aménagement. Il s'agit de l'agence Oikos. Son intervention a, elle aussi, commencé par un travail de synthèse générale des idées lancées par le groupe de réflexion [7].

Le but de cette synthèse (figure 9) était de résumer la genèse du projet, notamment pour les habitants qui n'ont pas participé aux groupes de réflexion. Cette synthèse a été présentée lors de la fête des voisins pour toucher un large public. Cette présentation devait être claire, concise et permettre aux habitants de comprendre rapidement la volonté majeure du projet. Le bureau d'études a alors opté pour un style graphique particulier, à savoir la bande dessinée.

Le choix d'un style graphique proche de la bande dessinée fonctionne bien avec la démarche participative. En effet, il s'agit d'une illustration que l'on peut qualifier de dynamique. Par rapport à une image seule, c'est une juxtaposition de dessins articulés en séquences narratives, et qui permet donc de raconter une histoire. Chacune des étapes du processus de conception, à savoir ici le diagnostic d'état des lieux, peut être détaillée. Une illustration renvoie un message, les habitants ne sont pas noyés sous une masse de données techniques. L'information est lisible.




**<u>Figure 9 :</u> Extrait du panneau synthétisant la genèse du projet (source : Oikos)**

De plus, le côté ludique des panneaux est cohérent avec le projet envisagé. Souvent vu comme un support destiné à la jeunesse, un tel choix est judicieux pour l'aménagement d'une aire de jeux. Une identité est donnée au projet. Les fondations propices à une intervention future sont alors posées : le cadre de l'intervention du bureau d'études est fixé.

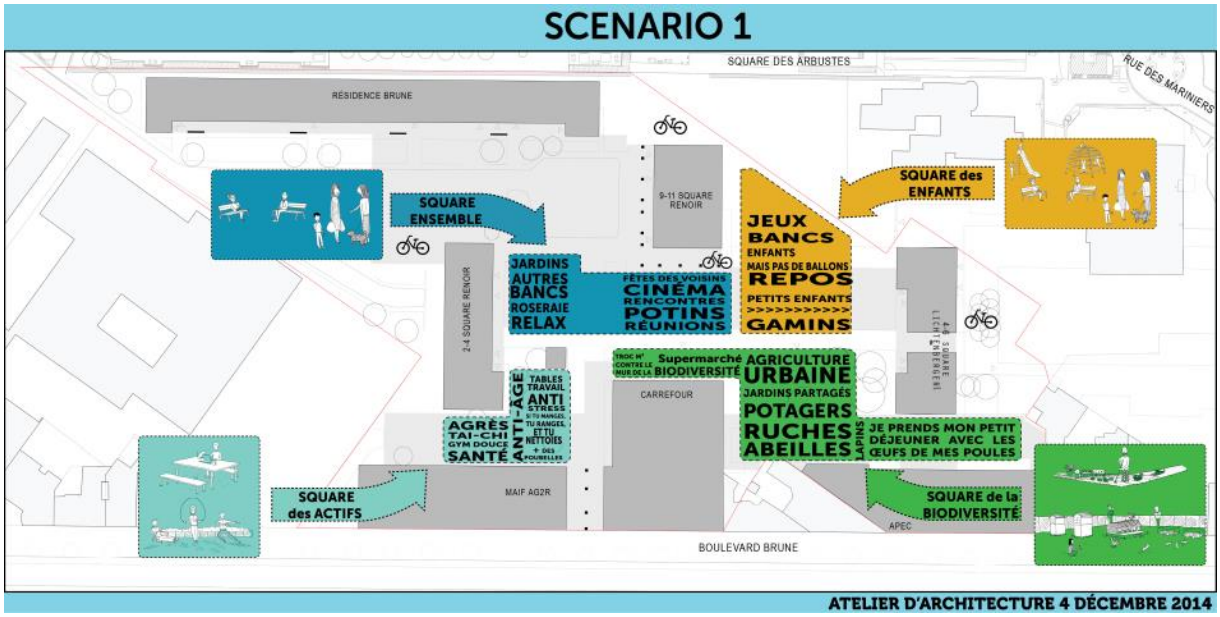
Cependant, une illustration trop simplifiée peut renvoyer un message négatif aux habitants. Le paysagiste perd son regard d'expert, raison principale de son intervention dans le projet. Le message que l'on veut faire passer est moins bien accueilli par les habitants.

Pour pallier ce problème, Oikos a profité de la présentation de la genèse du projet pour commencer son travail de recueil de la parole des habitants. Pour cela, un panneau les invitait à s'inscrire pour accueillir Arthur (stagiaire chez Oikos) afin qu'il puisse s'immerger dans leur quotidien pour ainsi établir un diagnostic sensible de l'existant [7]. Malgré un style graphique qui peut être considéré comme enfantin par certains, l'agence montre la plus-value qu'elle apporte au projet en instaurant un calendrier précis de ses futures interventions.

Un tel choix graphique peut aussi faire tomber le projet dans la caricature. Le message renvoyé peut être faussé, voire déformé. La représentation du projet n'est pas fidèle à la réalité. En voulant illustrer la démarche mise en place pour la conception du projet, on accentue les traits de telle ou telle étape. Celles-ci prennent des proportions qui ne sont pas fidèles au temps passé à leur élaboration. Par exemple, dans ce cas, l'accent est mis sur la recherche de la clef permettant d'accéder au terrain de l'actuel square. Toute la partie relatant les motivations qui ont poussé les habitants à porter un tel projet est résumée en une case. La recherche de la clef occupe quant à elle quatre vignettes, soit quasiment la moitié de la bande dessinée. Le message principal qui ressort de ce panneau est l'investissement des habitants dans la recherche de la clef. On ne retient rien sur leurs motivations et les raisons qui les ont poussés à se mobiliser, raisons qui pourtant sont le cœur du projet et dont la finalité sera d'apporter une réponse. En voulant apporter un côté ludique et humoristique dans sa communication, Oikos s'éloigne un peu des objectifs du projet et n'arrive pas à les expliquer au grand public.

*2- Une utilisation de mots-clés plutôt que de dessin pour permettre à chacun de visualiser le projet comme il l'entend*

Suite aux différents ateliers de recueil de la parole des habitants, différents scénarii ont pu être mis en place par Oikos avec l'aide des habitants. Ce sont ces scenarii qui allaient servir de base de travail pour la suite, et notamment à l'élaboration de l'esquisse définitive. Deux propositions d'aménagement ont été présentées aux habitants au cours d'ateliers architecture. Ils devaient par la suite retenir celle qui leur semblait la plus pertinente, et qui répondait le mieux à leurs attentes [7].




**<u>Figure 10 :</u> Scénario du projet retenu par les habitants après l'atelier architecture (source : Oikos)**

Le bureau d'études a fait un choix particulier pour présenter ces scenarii aux habitants (figure 10). Sur un fond de carte en filaire noir et blanc de la zone d'intervention, des mots-clés étaient inscrits sur chacun des secteurs d'intervention. Aucun mobilier, équipement ou même végétal n'est placé de façon précise. Seuls quelques dessins d'ambiance sont présents, pour illustrer les propos inscrits sur les plans.

Ces dessins d'ambiance sont réalisés dans le même style graphique que le panneau de synthèse de la genèse du projet. Cela créé une unité entre les différentes phases. La cohérence graphique montre une cohérence dans la réflexion de l'aménagement. Les habitants comprennent que les étapes sont liées entre elles, ce qui renvoie à l'idée de chronologie mise en place avec la bande dessinée.

En choisissant de mettre en avant des mots-clés, et non un dessin précis de l'aménagement, Oikos a voulu présenter aux habitants des ambiances d'aménagement. La finalité du projet n'est pas l'esthétique mais la fonctionnalité du lieu. Les habitants ne choisissent pas une proposition parce qu'ils la trouvent plus « belle » que l'autre, mais parce que celle-ci répond à leurs attentes en termes de proposition d'activités. Le problème de perception différente entre chacun est ainsi évité. La sensibilité personnelle à l'esthétisme est contournée, et le choix se fait de façon plus rationnelle. Ce choix permet de révéler la philosophie du projet, qui sera l'axe directeur de l'aménagement.

Cependant, un tel choix de représentation peut se retourner contre lui. N'ayant pas de support visuel (mise à part les dessins d'ambiance), il peut être difficile aux habitants de se projeter dans l'aménagement. Ils peuvent se faire une idée fausse des propositions. Leur choix risque d'être fait pour satisfaire leurs propres intérêts, en voyant dans les mots-clés une liste des activités qu'ils pourraient réaliser. En se faisant une idée fausse sur ces mots, l'aménagement risque de fortement différer des attentes.

Oikos a été mandaté pour son expertise, comme dit précédemment. Avec une telle présentation, quasiment aucune expertise technique n'est ajoutée à la parole des habitants interrogés. Celle-ci est juste retranscrite sur un plan. Oikos a seulement réalisé un travail de synthèse des données récoltées au cours des ateliers. Même si un affinement des propositions viendra par la suite avec la réalisation des esquisses, le budget participatif a été voté simplement sur présentation du scenario retenu. Un style graphique trop léger peut faire peur aux décideurs.

La proposition de plusieurs scenarii peut être vue comme une possibilité d'étudier différentes implications du projet. En proposant deux scenarii, un autre message négatif peut être renvoyé à l'assemblée. Le bureau d'études n'a pas voulu trancher en choisissant le projet final. Pour certains, ceci peut être ressenti comme contradictoire avec le rôle initial de participation au processus de décision. Le paysagiste n'a pas tenu son rôle d'expert. En effet, les habitants ont demandé son aide pour qu'il synthétise les données récupérées auprès des riverains, et pour qu'il les concrétise par une proposition d'aménagement. Dans ce cas, sa mission n'a pas été accomplie en entier car il n'a pas voulu trancher de façon définitive sur l'aménagement final, donnant aux habitants une double lecture de leurs idées.

### *3- Une vidéo retraçant le processus de conception au cours du temps*

Dans le cadre de la réalisation du documentaire *Paris-brune, Côté impair*, l'association Paris-Brune.doc a suivi et filmé dès le début le projet participatif que représente l'aménagement de ce square. Elle a notamment réalisé sept clips muets présentant différentes actions menées lors des chantiers participatifs. Mais un autre clip nous intéresse plus. Celui-ci sert de teaser et revient sur toute la démarche de conception du projet, depuis la formation du collectif initiée par les habitants jusqu'à la réalisation du chantier participatif. Cette vidéo est un support visuel montrant la démarche de conception menée par Oikos, et revenant sur les étapes clés de la l'aménagement de l'aire de jeux [8].

Actuellement, les projets ne peuvent plus être vus comme des tracés définis de façon

claire et définitive. Tout au long du processus de conception, il y a des incertitudes, des contraintes, des obstacles qu'il a fallu surmonter. Toutes ces discontinuités dans la démarche de conception du projet ont entraîné des changements et l'on fait évoluer. La temporalité est aussi un autre paramètre qui intervient dans le processus de conception. Tous ces facteurs tiennent une part aussi importante que la représentation graphique du projet dans l'aboutissement de celui-ci.

La vidéo est le seul support de communication animé. Elle fournit un format multidimensionnel pour élaborer le message. En faisant participer les habitants à la vidéo, ceux-ci deviennent aussi la voix et le visage du projet, des ambassadeurs de l'aménagement. Les témoignages sont retranscrits le plus fidèlement possible, si aucun travail de montage n'est réalisé. Cependant, pour obtenir un résultat efficace, ce travail est nécessaire. On obtient alors une parole qui peut être déformée, dont le sens peut être changé car elle est sortie de son contexte. Il faut donc être prudent avec le choix des propos que l'on garde.

Le choix du support animé qu'est la vidéo est complémentaire avec la démarche participative. Il permet de voir la transformation et la mutation d'une recherche personnelle, menée dans les ateliers, et d'un travail collectif. Le récit sur la conception de l'espace évolue au cours du temps. Cette évolution dépend à la fois des événements extérieurs (opportunités, obstacles) et de l'efficacité de la communication auprès des habitants. La vidéo instaure un côté humain dans le partage de l'information. La relation est renforcée et la personne peut d'ores et déjà se projeter grâce au visuel. Elle permet d'instaurer un sentiment de confiance entre le récepteur et le diffuseur. Même si les habitants n'ont jamais vu le projet, ils ont l'impression de le connaître et de mieux cerner son concept.

Une vidéo doit être courte. Elle permet de synthétiser le processus de conception du projet. On évite ainsi de se disperser en partageant des moments qui n'ont pas de réel intérêt pour le projet.

La vidéo pouvant être partagée sur Internet, elle permet de toucher un large public. Elle peut aussi être diffusée par e-mails auprès des différents intervenants du projet. Cette finalité du support visuel va influencer son contenu. Dans le cadre d'une communication interne au projet, le documentaire sera un outil d'échange, qui permet un retour d'expérience personnelle, mettant en avant les points qui ont fonctionné et ceux qu'il faudra éviter la prochaine fois. Pour une communication externe, la vidéo rendra compte de l'espace en projet et aura plus le but d'une communication persuasive. Elle cherchera l'adhésion des habitants au projet et à la démarche.

Oikos a choisi d'uniformiser sa communication autour du projet du square Lichtenberg-Renoir. La diversité ne tient pas dans les outils de communication, mais dans ce que ces derniers représentent. Les vécus sont mis en avant, au détriment parfois de l'aménagement lui-même, comme ce fut le cas pour les différents scénarii du projet. Le choix graphique de la bande dessinée est un parti pris fort qui donne au projet une identité, mais qui peut aussi le desservir. En effet, un style trop simpliste peut renvoyer aux habitants un message enfantin et faire tomber la communication autour de la conception du projet dans la caricature. En multipliant les types de supports, les paysagistes auraient pu éviter ce problème.

| |
|---|
| ~~UN STYLE GRAPHIQUE UNIFORMISE~~ → UN STYLE GRAPHIQUE PARTICULIER, UNIQUE |
| ~~MODELISER L'ESPACE~~ → MODELISER LES VECUS |

**Figure 11 : Leviers de communication employés par Oikos (source : L. Diaz)**

Pour rendre la participation plus facile et dépasser les contraintes traditionnelles (manque de temps, incompréhension, difficulté de lecture des plans, …), le paysagiste développe des outils permettant un débat plus ludique. Il se détache de l'image virtuelle car elle reste le reflet de sa propre vision du projet. Il est difficile de l'intégrer dans les reformulations du projet faites par les habitants. Le paysagiste ne cherche plus à les persuader du bien fondé de ses décisions. Pour que cette communication fonctionne, on constate que celle-ci doit être adaptée, c'est-à-dire réalisée et pensée selon le public ciblé. Pour ne pas isolé l'habitant et ainsi aller à l'encontre de la démarche participative, ce partage doit se réaliser en groupe, sous forme de réunions ou ateliers conviviaux, propice à la libération de la parole et à l'écoute.

Le débat sur le processus de conception ne doit pas se suffire à lui-même. Le paysagiste doit trouver un moyen de créer l'information grâce à cet échange autour du projet, en utilisant des outils qui ne cherchent pas à modéliser simplement l'espace, mais la diversité des vécus.

## III/ MISE EN ŒUVRE DES CONCEPTS SUR LE TERRAIN : RECUEILLIR LA PAROLE DES HABITANTS DANS DES QUARTIERS AU PUBLIC RETICENT A LA DEMARCHE PARTICIPATIVE

Comme dit précédemment, les populations des classes sociales populaires et moyennes sont moins enclines à prendre part à la démarche participative. Elles se sentent souvent mises à l'écart, et ont le sentiment que leur voix n'a pas d'impact sur la politique publique des villes. La concertation dans ces quartiers mobilise encore moins d'habitants que d'ordinaire. La parole recueillie ne représente qu'une infime partie des usagers des lieux. En plus d'adopter un discours plus ludique et pédagogue pour alimenter un débat, le paysagiste doit réussir à faire venir le public ciblé. Durant mon stage, j'ai été confronté à cette situation. Pour pallier ce problème, j'ai donc essayé de mettre en place de nouvelles méthodes de communication auprès des habitants. L'expérimentation a été réalisée sur deux projets : la conception d'une aire de jeux à Limoux, et une réponse d'appel d'offre pour la requalification des espaces publics d'une résidence HLM.

En premier lieu, nous verrons en quoi une expertise extérieure peut servir pour communiquer avec un public réticent. Puis nous étudierons les méthodes permettant de créer de l'interaction et alimenter le débat sans pour autant être présent sur le site, afin de récupérer plus d'avis possible et de rendre la démarche plus productive. Enfin, nous nous intéresserons aux ateliers pouvant être mis en place pour créer l'information nécessaire à la conception du projet.

### A°) Une association avec un bailleur social pour toucher le public ciblé

#### *1- Apport d'une expertise et des outils nécessaires pour communiquer auprès de classes sociales réfractaires au dialogue*

Dans le cas de l'aménagement de l'aire de jeux du quartier Saint-Antoine à Limoux, l'agence Ginjaume – Paysage et Architecture a été mandatée par un bailleur social, Alogea. Cette entreprise propose des logements à des personnes aux revenus limités, appartenant aux couches populaires et à la classe moyenne. Ce fonctionnement participe à la politique publique du logement et aux politiques d'économie sociale. C'est une entreprise qui est habituée à travailler avec une classe sociale qualifiée de moyenne. Elle a une expertise que ne possède pas Ginjaume – Architecture et Paysage. Le bailleur a accès à des outils de communication qui seront utiles au paysagiste dans sa mission de partage du processus de conception du projet.

Les équipes d'Alogea étant présentes régulièrement sur le chantier du quartier Saint-Antoine à Limoux, elles connaissent certaines des familles. Elles ont acquis une légitimité que nous ne possédons pas encore. Cette relation de confiance leur donne un avantage dans le dialogue avec les habitants. Sans cet intermédiaire, il aurait été très compliqué d'entrer en contact avec les familles. Le quartier Saint-Antoine peut être vu comme une ville dans la ville. Il s'y est formé une communauté et tout le monde se connaît. L'arrivée de personnes extérieures, venues pour changer leur cadre de vie peut être mal perçue. Les habitants sont alors réticents à l'idée de venir communiquer avec nous.

Alogea a alors un rôle d'intermédiaire. Il est là pour préparer les ateliers de concertation en amont. Il réalise un travail de démarchage pour prévenir les habitants des différentes interventions. Il contacte aussi les différentes associations de quartier qui ont plus de facilité à communiquer avec les habitants. En effet, elles rythment leur quotidien et font, en quelque sorte, partie de leur vie.

En plus d'avoir une relation favorisée avec les habitants, Alogea possède des moyens en matériel et en personnel que nous ne possédons pas. Elle dispose du matériel nécessaire à la bonne organisation des ateliers (tables, chaises), et la possibilité de proposer des collations. Comme ils sont présents sur le site, le démarchage des familles ne leur prend pas

de temps. Ces avantages logistiques sont un atout important pour lancer la phase de dialogue avec les habitants. C'est aussi un gain économique pour l'agence. Elle n'a pas à se préoccuper de l'organisation des ateliers. Ceux-ci sont arrangés en amont, selon les directives que nous donnons à l'avance.

Mais cela présente un risque d'incompréhension entre les deux parties. La multiplication des intermédiaires entraîne une altération de l'information. Le résultat peut alors être différent de celui attendu. Une mauvaise installation des ateliers peut avoir des répercussions sur la suite de la concertation, et entacher la communication réalisée autour du processus de conception. Il est donc nécessaire que les deux intervenants connaissent leurs différentes méthodes de travail. Une complémentarité entre les deux parties est essentielle pour obtenir des résultats satisfaisants.

De plus, le bailleur social ne s'occupe pas de tous les habitants du quartier. La concertation ne porte donc que sur une partie des usagers du lieu. En effet, les personnes ne logeant pas dans les habitations gérées par Alogea ne sont pas invitées à participer aux ateliers de concertation. Elles ne font pas partie du public ciblé dans le cadre du marché établi avec la maîtrise d'ouvrage. Dans ce cas-là, la portion des gens concernée est encore plus infime que normalement car le public ciblé ne représente pas la totalité des usagers du lieu. Cette association très spécifique crée une scission entre les familles dont s'occupe le bailleur social et les futurs usagers du lieu. Ces derniers n'ayant pas participé à sa conception n'auront pas la même relation avec le projet que les habitants qui ont participé au processus de sa conception. Ce sera le projet d'une poignée d'habitants. On est alors à la limite de la démarche participative qui, elle, vise à concevoir le projet de l'ensemble des habitants.

### *2- Une plus grande visibilité auprès des habitants dans des quartiers peu ouverts au dialogue*

Contrairement aux exemples étudiés précédemment, l'aménagement des espaces publics du quartier Saint-Antoine n'est pas une démarche participative initiée par un collectif d'habitants, mais par une entreprise extérieure, elle-même mandatée par la ville pour rénover les logements sociaux du quartier.

Avec ce type de fonctionnement, les habitants ne sont pas les initiateurs de la démarche participative. Ils vont devenir les acteurs du projet par la suite. La demande ne venant pas d'eux mais d'un tiers extérieur, il est donc plus compliqué de les intégrer dans la démarche du projet. Pour réussir à toucher un maximum d'habitants, la première intervention s'est réalisée durant un autre événement, à savoir la fête des voisins. Cette fête conviviale a pour but de permettre aux voisins de se rencontrer, et ainsi de créer un sentiment d'appartenance au quartier. Ces valeurs sont proches de celles portées par la démarche participative. Les habitants présents à cet événement le font pour un intérêt collectif, et non pour un intérêt personnel. Ils sont donc potentiellement disposés à débattre sur l'aménagement du quartier.

Comme pour l'inauguration de l'aire de jeux à Nancy, un tel événement festif permet une rencontre moins formelle entre les différents acteurs du projet (à savoir ici, le maître d'ouvrage, le maître d'œuvre et les habitants). Le dialogue peut s'installer plus facilement, ainsi que le partage autour du projet. Les habitants se trouvent dans un cadre qui les rend plus enclin à prendre part au débat. Comme il ne s'agit pas d'une réunion encadrée de façon précise avec un ordre du jour à tenir, ils ont la possibilité de participer selon le temps dont ils disposent. Des personnes n'ayant que quelques minutes vont quand même prendre part aux ateliers, alors qu'ils ne l'auraient pas fait dans le cadre de rencontres plus cadrées. Le public touché est alors plus large et diversifié, ce qui enrichit la parole recueillie.

Cependant, les ateliers se sont tenus en milieu d'après-midi, juste avant que la fête des voisins ne commence réellement. La plupart des gens présents étaient occupés à organiser l'événement et ne pouvaient donc pas participer à l'atelier et échanger avec nous.

De plus, le public présent était principalement des adultes. La cible visée par l'aménagement, à savoir les enfants et les pré-ados, était encore à l'école au début de l'intervention. Ils sont arrivés par la suite, ce qui leur a laissé moins de temps pour donner leur avis. Ce problème de logistique a été un obstacle à la conduite des ateliers.

La faible communication en amont autour du projet pose aussi un problème. Les participants à l'atelier n'ont pas été nombreux (une quinzaine d'habitants). La parole récupérée n'a pas été représentative de l'ensemble des futurs utilisateurs de l'aire de jeux.

Ces inconvénients ont été palliés par les habitants eux-mêmes. Voyant la faible participation aux ateliers, ils sont allés démarcher des voisins ou d'autres membres de leur famille. Les associations de quartier ont elles aussi aidé, notamment le responsable des animations. Il a permis à des pré-ados de venir participer à l'échange. Le climat de confiance installé entre les organisateurs et les participants a poussé ces derniers à motiver les autres habitants. Ils ont compris l'intérêt de la démarche et la nécessité de multiplier les témoignages. Ces habitants sont devenus ambassadeurs du projet, nous laissant ainsi comme simple soutient. Cette démarche qui initialement ne venait pas des habitants s'est alors transformée en projet des habitants.

Une trop grande liberté sur la possibilité donnée aux habitants d'intervenir peut se retourner contre le projet. Dans notre cas, moins de cinq personnes sont restées suffisamment longtemps pour créer un dialogue et une argumentation autour des idées avancées. Le reste des intervenants venait faire ses propositions et s'en allait après. Les suggestions avancées n'étaient donc pas forcément argumentées, ni justifiées. Cela est contradictoire avec la démarche participative car les habitants réfléchissent plus au côté esthétique de l'aménagement qu'à son côté fonctionnel. Les personnes ayant justifié leur choix ont ainsi donné des pistes de réflexion pour l'aménagement général du projet, le divisant en trois grandes zones. Un cadrage plus précis sur l'intervention des habitants, et surtout une justification systématique de leurs choix, auraient permis d'aboutir à des résultats plus représentatifs et constructifs.

### B°) Une interaction et un échange possible sans pour autant être présent sur le site

#### *1- Un partage régulier et large après chaque collecte de la parole des habitants*

La réussite de la communication sur le processus de conception d'un projet repose en partie sur un partage régulier et complet de chacune des étapes. Celui-ci peut prendre différentes formes, dont la plus classique et la plus courante reste le compte-rendu. C'est ce qui a été réalisé suite à l'intervention auprès des habitants de Limoux, sur les ateliers (cf annexe III).

Dans celui-ci, se trouvaient plusieurs points, dont notamment :

- La liste des personnes présentes aux ateliers.
- Le contexte qui a justifié cette intervention.
- Les résultats de la concertation.

Ce compte-rendu est ensuite diffusé au maître d'ouvrage. Son côté très technique et formel rend difficile une diffusion plus large. Il serait souhaitable de le rendre plus attractif, en lien avec la proposition d'aménagement, et de lui donner un style graphique moins institutionnel. Une présentation sous forme de livret permettrait une diffusion plus large à la population. Il serait possible d'intégrer ces comptes-rendus à un système de newsletters. Celles-ci résumeraient les principaux points mis en avant durant les ateliers de concertation, ainsi que l'évolution du projet. Elles permettraient de tenir les habitants au courant de l'évolution du projet, et de les informer sur les prochaines dates d'interventions.

C'est une des propositions faites pour la réponse à l'appel d'offre. Ces retours des ateliers pourraient être réalisés soit sous forme d'e-mails, soit sous un format papier. Via ces

flyers, il y aurait possibilité de toucher un public qui n'a pas participé aux ateliers. En informant les habitants, la mobilisation de ceux-ci peut être augmentée. De plus, comme les étapes clés du projet sont résumées, même les habitants n'ayant pas participé à une seule réunion de concertation ont un début d'idée concernant le projet. Ces supports peuvent les pousser à s'interroger sur l'aménagement de l'espace public, et les mener à prendre part au débat.

Les flyers ont un rôle de complément de l'information, ils ne sont pas là pour remplacer les débats publics. On peut les utiliser pour présenter la démarche mise en place, mais ils ne remplaceront pas le discours du paysagiste. Le flyer est un outil figé, ne permettant pas cette interaction. Les différents acteurs du projet peuvent cependant s'en servir comme support pour leur argumentation. Ils vont permettre de créer de l'information en questionnant les habitants. En remettant en cause leur cadre de vie et la façon dont ceux-ci l'utilisent, ils vont générer une réflexion qui sera propice à la conception du projet.

Néanmoins, une mauvaise formulation et diffusion de la démarche entreprise peut se retourner contre le paysagiste. Les habitants vont se faire une idée fausse du projet. La réflexion menée ne sera pas adaptée au lieu et aux besoins qu'il présente. Comme aucune interaction n'est possible par ce moyen de communication, cette erreur ne peut pas être rectifiée. C'est pour cela qu'il ne peut pas remplacer les autres actions menées.

Pour pallier ce manque d'interactivité, une page Facebook ou un blog portant sur le projet pourront être créés. Ces outils informatiques donneront des informations sur l'avancée du projet, tout comme les flyers. Un tel choix laisse aux habitants la possibilité de poser des questions, d'émettre un avis. Ils pourront réagir à l'aménagement, sans pour autant participer aux réunions de concertation. Le paysagiste peut récupérer ces témoignages en évitant de multiplier les réunions. C'est un gain de temps.

Mais le débat ne doit pas uniquement se reposer sur cette communication virtuelle. Certes, elle permet de toucher un large public et de recueillir une plus grande diversité de témoignages. Une telle pratique tend aussi à l'isolement des participants. Ils ne se voient plus réellement pour débattre du projet, mais par l'intermédiaire d'un écran. Ce fonctionnement va à l'encontre de la volonté de la concertation de créer du lien. Pour lutter contre ce phénomène, il faut inciter les habitants à venir aux réunions qui leur sont proposées. Pour cela, il faut en faire un événement. Les habitants doivent apprendre de nouvelles choses en participant aux ateliers. Ils doivent aussi avoir le sentiment qu'on les a écoutés et que leur parole à un poids dans la conception du projet.

Une diffusion aussi large du projet peut toucher un public non concerné par l'aménagement. Celui-ci peut émettre un avis sans rien connaître du cadre de l'intervention, ni de son but. Il faut alors faire un tri dans les paroles reçues, entre celles qui sont pertinentes et permettent l'avancée du projet, et celles qui n'ont pas de réel lien avec le projet.

2- *Exposition de chacune des phases de conception du projet pour permettre aux habitants de le voir évoluer et de le modifier*

Toujours dans le cadre de la réponse à l'appel d'offre, nous avons proposé la mise en place d'une exposition mobile dans le quartier qui permettra d'échanger avec les habitants tout au long du processus d'étude et de la phase de conception du projet. Elle ne nécessitera pas la présence permanente d'un médiateur pour récupérer la parole des habitants. Sur différents panneaux, des fonds de carte illustreront le projet et son évolution au fil des réunions. Cela permettra de montrer la progression de la réflexion autour du projet, ainsi que les idées retenues, enlevées, ou rajoutées au fil des ateliers de concertation.

C'est un retour au plan masse, outil de communication que l'on peut considérer comme plus classique. Les images représentant le projet vont être choisies pour leur esthétisme, et non pour le message qu'elles veulent véhiculer. La finalité du projet redevient le rendu

esthétique de celui-ci et non plus son vécu. Mais le plan masse reste le support que l'on peut qualifier de plus neutre. Tous les éléments du projet sont représentés au même niveau, aucun n'a plus de valeur que les autres. Sans graduation dans l'importance de ceux-ci (mobilier, équipements, végétation), les habitants ne sont pas influencés dans leur analyse.

Ces panneaux seront interactifs. Les habitants pourront les annoter avec des post-it, des punaises ou des fils de couleurs pour faire part de leur ressenti concernant la proposition d'aménagement. Ils pourront qualifier les espaces, mettre en évidence ceux qui leur plaisent, ceux qu'ils n'aiment pas et les zones à améliorer. Le support permettra de créer le débat. Les habitants vont matérialiser leur vécu sur un support qui initialement servait à modéliser l'espace.

Dans le cadre d'un travail mené par les étudiants du lycée Lacroix de Narbonne, nous avons été amenés à réaliser des panneaux similaires. Ceux-ci devaient illustrer le travail qu'ils avaient réalisé au cours de leur cursus. Ils devaient proposer des aménagements pour les quais du canal de la Robine à Narbonne, sous forme de dessins, texte explicatif et poème. En complément de cette exposition, un fond de carte permettait aux habitants de situer la proposition d'aménagement qu'ils avaient préférée, celle qui leur semblait la plus réaliste, la plus esthétique ou la plus originale. Une affiche leur proposait aussi de qualifier les actions qu'ils pourraient mener pour rendre leur ville plus « verte », et ainsi compléter l'action des étudiants. L'exposition itinérante s'organiserait selon le même principe.

**<u>Figure 12 :</u> Exposition réalisée dans le cadre de la semaine du développement durable (source : Ginjaume – Architecture et Paysage)**

Comme vu dans le cas de l'inauguration du jardin Paul Verlaine, ce type de manifestation se passe dans un cadre convivial qui est propice aux rencontres. La présence d'un médiateur sur les lieux de l'exposition est un plus car il peut interagir avec les habitants et instaurer un débat public.

Cependant, cela n'est pas possible d'un point de vue logistique dans le cadre de l'appel d'offre. Comme il s'agit d'une exposition qui va durer tout le long de la phase d'étude et conception du projet, il n'est pas envisageable de mobiliser régulièrement quelqu'un. De plus, comme l'exposition est étalée dans la durée, la présence ou non d'habitants est une variable beaucoup trop aléatoire. Il y a le risque que la personne mobilisée ne rencontre aucun habitant. Pour pallier ce problème, un livre de vœux accompagnera cette exposition. Il recueillera une parole des habitants plus complète que les notes ajoutées sur les panneaux. Les habitants auront la possibilité d'y écrire leur ressenti, ainsi que leurs idées d'aménagements.

Pour toucher un plus large public, cette exposition sera mobile. Elle se trouvera sur le lieu d'intervention, dans les maisons de quartier et à divers autres endroits stratégiques. Le nombre de panneaux devra être limité pour faciliter cette mobilité. Celle-ci est importante pour augmenter le nombre d'habitants touchés par la démarche. De plus, l'environnement influence le ressenti de chacun. En changeant de cadre, les habitants peuvent percevoir de manière différente le projet, avoir de nouvelles idées ou de nouvelles réticences quant à ce qui est proposé.

Le côté technique des plans exposés, et la représentation en 2D et aérienne du projet peut empêcher certaines personnes de visualiser correctement l'aménagement et de s'y projeter. C'est pour cette raison que les panneaux seront exposés sur les lieux de l'intervention. En opposant représentation du projet et état actuel, les habitants peuvent comparer des éléments qui les entourent avec ceux du projet.

## C°) Des ateliers interactifs, permettant un échange direct avec les habitants

### *1- Des ateliers thématiques invitant à la libération de la parole*

Pour la requalification des espaces publics d'une résidence HLM, différents ateliers thématiques vont être organisés au cours de la concertation. Ils auront pour but de recueillir la parole des habitants sur un thème précis ou sur une zone particulière du projet. Ces ateliers seront variés pour améliorer la communication réalisée sur le projet.

Tout d'abord, c'est l'atelier des désirs et des préoccupations qui sera lancé. Son objectif sera d'identifier les problèmes et les désirs des citoyens par rapport au site. Il permettra aussi de présenter au public les contraintes du site et les coûts estimés, afin de prendre les décisions en accord avec la complexité du projet. Comme pour le cas de l'aménagement du square Lichtenberger-Renoir, il y aura une totale transparence sur le projet. Les habitants étant au courant de toutes les contraintes de travail, leurs décisions seront plus pertinentes. Celles-ci seront en adéquation avec le projet.

Les habitants feront plus facilement confiance à la maîtrise d'œuvre, comme rien ne leur sera caché et qu'ils se retrouveront totalement intégrés dans le processus de conception du projet. Leur parole sera plus facilement libérée. Le discours donné sera plus honnête et sincère. Cette transparence fait réaliser aux habitants l'importance qu'aura le projet sur le vécu du lieu. Chacune des décisions va influencer leur quotidien dans le projet à venir. C'est pour cette raison qu'il est nécessaire de leur faire comprendre qu'ils ont toute leur place dans le projet, et les inviter à débattre autour de celui-ci.

Cet atelier débutera avec la présentation de plusieurs scenarii d'aménagement pour rapidement avoir les réactions du public. Au fil de l'atelier, de nouvelles images de synthèses vont être produites pour aider à visualiser l'évolution du projet. L'idée est de partir de propositions larges d'aménagement. Ensuite, les habitants qualifieront avec des mots-clés chacun des espaces. La production d'images de synthèse permettra de voir l'évolution de la réflexion. Chacune des idées des habitants y sera illustrée. Elle se retrouvera concrétisée sur le papier. Le scenario déclenchera la discussion. Celui-ci évolue en fonction des réactions des habitants. Le projet se construit avec eux, et sous leurs yeux. En partant du général pour aller vers le détail, on évitera de noyer les habitants sous une masse d'informations.

Un autre type d'ateliers sera organisé autour des chantiers participatifs. Ces chantiers seront réalisés au moment de la concrétisation du projet. Les habitants seront invités à venir participer à l'aménagement de l'espace public, notamment pour les plantations. L'idée a été de combiner ces ateliers avec un recueil de la parole des habitants. Parallèlement au chantier, des ateliers seront organisés. Ceux-ci auront pour but de toucher un plus large public. Les personnes présentes aux chantiers participatifs ne se seront pas forcément déplacées durant la phase de concertation. Ils viendront participer aux chantiers car ceux-ci présentent un côté plus ludique.

Comme l'aménagement est réalisé par phases, ces ateliers permettront de recueillir la parole des habitants sur les autres zones qui seront aménagées. La concrétisation du projet peut faciliter le dialogue, les habitants se rendant compte de la finalité de celui-ci. Tout le monde réalisant les travaux, il n'y a pas de hiérarchisation professionnelle entre le paysagiste, vu comme un « expert », et les habitants. Le cadre facilite alors la discussion.

Ces ateliers seront aussi l'occasion d'échanger entre habitants et professionnels. Chacun va partager son expérience avec l'autre. Le paysagiste amène ses connaissances techniques, notamment sur la réalisation des différentes étapes qui permettront d'aboutir au projet, et les habitants, eux, amènent leur connaissance sur leur vécu quotidien du lieu. Les deux parties se complètent.

Cette démarche a été menée durant un autre chantier participatif. Celui-ci avait lieu dans le quartier de Grazailles à Carcassonne. Contrairement à l'atelier proposé précédemment, le recueil de la parole des habitants n'était pas prévu. Mais tout au long de la journée, les habitants du quartier ont partagé avec nous leur vécu. Certains nous ont ouvert les portes de leur jardin, d'autres nous ont demandé de venir réaliser les plantations devant chez eux pour décorer leur cadre de vie. Les plantations ont aussi été l'occasion de discuter avec les enfants sur la façon d'habiter dans le quartier. Ce sont ces résultats qui, n'étant pas recherchés initialement, nous ont poussé à mettre en place ce type d'ateliers. Comme le projet se concrétise devant les habitants, ceux-ci sont plus enclin à libérer leur parole.

**<u>Figure 13 :</u> Chantier participatif, lieu propice à la discussion et à l'échange sur le vécu du lieu (source : Ginjaume – Architecture et Paysage)**

*2- Des supports ludiques, sobres et variés comme départ pour la discussion*

L'intervention réalisée à Limoux fait suite à un premier travail de concertation mené par une association, Jardi Vert Cité. Il nous a donc fallu réexpliquer le but de notre intervention. Après un premier travail de réflexion, des idées directrices sont sorties, mettant en évidence la priorité de réaménager une place, lieu de vie du quartier.

Nous avons organisé un atelier basé sur l'échange et le dialogue. Les habitants du quartier allaient être amenés à discuter autour du choix des jeux, matériaux, revêtements de sol et mobilier pour l'aménagement. Un support pour cet échange a été créé. Il s'agissait d'un diaporama présentant des images de références (cf annexe IV). Les habitants étaient donc libres de choisir les composantes de l'aménagement qui les intéressaient.

Une fois l'atelier lancé auprès des habitants, nous nous sommes rendus compte que ce support était trop figé pour communiquer avec eux. Les images de référence les aidaient à se projeter, mais beaucoup pensaient que leur choix était limité aux jeux proposés. De plus, ces images orientaient leur réflexion. L'idée ne venait pas des habitants, mais elles étaient suggérées par les photographies.

Au cours des échanges, nous avons corrigé notre approche auprès des habitants. Au lieu de commencer directement en leur montrant les images de référence, un dialogue était

amorcé. Durant cet échange, les habitants proposaient une liste de jeux pouvant être choisis. Généralement, il ne s'agissait pas de jeux précis mais plus d'actions réalisées grâce aux jeux comme « escalader », « sauter », « courir », « se cacher ». C'est à ce moment que le support papier était utilisé. Il permettait d'affiner la réflexion des habitants. Le support indiquait les jeux qui correspondraient le mieux à ses intentions d'aménagement.

Une sélection d'images de référence est en partie contradictoire avec la démarche participative. Elle permet de libérer la parole des habitants en associant des images avec leurs mots. Les images présentées ont fait l'objet d'une sélection en amont réalisée par le paysagiste. La vision du projet qu'il donne aux habitants est alors biaisée par son propre regard. L'idée qu'il s'est fait du projet peut influencer ses choix.

En revanche, cela permet de cadrer la réflexion. Comme nous avions une idée du budget alloué pour le projet, l'ensemble des jeux proposés était envisageable dans ce cas. Un encadrement de l'échange le rend plus productif. Les différents acteurs ne partent pas dans des propositions d'aménagement irréalisables, et incompatibles avec le lieu. Mais cet encadrement ne doit pas entraîner une restriction de la réflexion menée par les habitants.

Pour ne pas limiter le débat, des catalogues commerciaux ont été présentés aux habitants. Ceux-ci regroupaient des jeux que l'on peut trouver chez les fournisseurs. Grâce à la première réflexion, la parole des habitants a pu être affinée. Les futurs usagers du lieu ont continué à proposer des fonctions pour le futur aménagement (sauter, tourner, se reposer, …). Chacune de ces actions a été illustrée de façon plus précise à l'aide d'un type de jeu présent dans le catalogue. Cette démarche est en continuité avec celle amorcée par les images de référence. Les habitants ont aussi décidé du matériau principalement utilisé pour les jeux, ainsi que du type de revêtement. Ces choix se sont basés sur des raisons principalement fonctionnelles (sécurité des enfants, propreté du revêtement). Le paysagiste apporte son expertise sur le choix définitif des jeux. C'est lui qui va donner une cohérence au lieu et concrétiser les propositions des habitants dans un projet définitif.

Certains enfants ont eu la possibilité de dessiner. En laissant libre cours à leur imagination sur du papier, ils ont pu mettre en avant des points stratégiques de l'aménagement non encore vu, comme la position de l'entrée, les limites de la zone d'intervention. Cette parole libérée a complété celle récupérée grâce à la discussion. La liberté et la diversité dans les moyens de communication proposés aux habitants permet d'acquérir une parole plus large, et donc plus complète. Cependant, celle-ci doit quand même être cadrée pour que le message recueilli soit productif et serve le projet.

En voulant communiquer auprès d'une population initialement réticente à la démarche participative, le paysagiste se doit de bien adapter son discours. D'après le sociologue Dominique Wolton, *« dans la communication, le plus compliqué n'est ni le message, ni la technique, mais le récepteur »*. Le besoin de cibler un public par sa stratégie de communication est important car cela permet d'ouvrir l'information. Le débat engagé offre alors plus de maniabilité et de personnalisation par l'habitant de l'espace. On obtient un message intéressant et productif. Pour cela, il est nécessaire de laisser assez de la liberté à cette parole. Les habitants doivent pouvoir s'exprimer dans un contexte de discussion large. Cependant, l'encadrement est nécessaire pour diriger le débat, et ne pas se perdre dans les détails, voir même sortir du débat. Le paysagiste doit trouver le juste équilibre entre cette parole libre et l'orientation de la discussion à l'aide des supports de communication.

## CONCLUSION

La démarche participative propose un cadre large dans lequel il est possible d'agir avec une certaine liberté. En choisissant une approche du paysage par le vécu, et non plus par l'esthétisme, la participation va demander au paysagiste de développer de nouveaux outils de communication. Il va devoir dépasser les contraintes traditionnelles de la conception paysagère afin de recueillir la parole des habitants. Le but de la communication autour du projet n'est plus de persuader un public, mais d'alimenter un débat. Le support de communication doit faire réagir, positivement ou négativement, et doit libérer la parole. Pour recueillir cette parole, le paysagiste va devoir se détacher de l'image virtuelle comme support de représentation et développer des supports ludiques. La modélisation en 3D est trop formatée avec le développement des logiciels de CAO et DAO. Elle est le reflet de l'idée que se fait le paysagiste du lieu. Cette image presque trop lisse ne laisse pas de place aux remarques formulées par les habitants. De plus, la multiplication de ce type de représentation tend à donner l'impression d'une uniformisation des aménagements des espaces publics.

Pour pouvoir toucher la population souhaitée, il semble nécessaire d'adapter son discours au public ciblé. En personnalisant la communication, les habitants sont invités à prendre part à un mouvement de groupe, propice à la libération de la parole et rendant la communication plus ludique, par la multiplication des supports. Cependant, ceux-ci doivent rester cohérents en ayant le même style graphique pour ne pas donner une impression de cacophonie et perturber les habitants. A la différence d'une communication plus classique, la communication participative ne doit pas étouffer les habitants sous une masse d'information. C'est pour cela que l'étape de synthétisation du projet est importante. Elle permet notamment de vérifier si tous les intervenants ont compris la finalité du projet. C'est aussi cette étape qui permet de vulgariser le message. En parlant le même langage que ces interlocuteurs, le paysagiste va favoriser l'interaction. Ce passage est d'autant plus important que le public ciblé est éloigné du milieu du paysage de par son âge, sa classe sociale, son métier, sa culture, ses origines, …

Le débat sur le processus ne doit pas se suffire à lui-même. Il doit permettre de créer de l'information qui passe essentiellement par des outils qui cherchent à modéliser la diversité des vécus du lieu, et non l'espace. Il faut donc mettre en place des outils laissant une certaine liberté aux habitants, tout en suivant un fil conducteur. La flexibilité proposée par l'outil de communication permettra aux participants de développer leur ressenti sur le lieu sans que leur parole ne soit entravée par le support de communication. Mais le paysagiste est là pour ré-axer ce témoignage si celui-ci s'éloigne du projet et de la volonté d'aménagement. Cette libération de la parole passe par une invitation au dialogue. Celle-ci peut se faire en présence ou non du paysagiste, mais doit toujours être contrôlée par ce dernier pour ne pas rendre le travail d'investigation caduque : ainsi, la démarche participative s'affranchit des contraintes d'une communication plus classique. Cette impression de liberté dans l'expression des idées va faciliter le dialogue. Cependant, cette liberté n'est pas réelle. Il faut guider cette parole pour que le discours reste productif.

Les outils mis en place pour communiquer sont tous le fruit du paysagiste. Ils sont altérés par la vision que celui-ci se fait du projet. Il y a forcément un parti pris dans la recherche d'informations. Le paysagiste a une idée de la finalité du projet et il va peut-être guider les habitants vers cet objectif, parfois inconsciemment. Les remarques des habitants auront-elles une réelle influence dans les décisions publiques, tant que les outils pour les faire apparaître seront conçus par des spécialistes de l'aménagement de l'espace public ? En plus de dépendre du public visé, la stratégie de communication va fortement être influencée par le paysagiste et sa propre définition de la participation. Quelle est donc la place de la parole des habitants dans ce processus de conception, et comment en tenir compte en la déformant le moins possible ?

## BIBLIOGRAPHIE

### Livres


Berque A. (1995), *Les raisons du paysage, de la Chine antique aux environnements de synthèse, Editions Hazan, Paris*

Habermas J. (1987), *Théorie de l'agir communicationnel*, Fayard, Paris

Heidegger M. (1960), *Etre et temps*, Editions Ledru, Paris

Hopkins R. (2010), *Manuel de transition de la dépendance au pétrole à la résilience locale*, Ecosociété, Montréal

Jauss H.R. (1978), *Pour une esthétique de la réception*, Gallimard, Paris

Katz E. et Lazarsfeld P. (1964), *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications*, The free press, New-York

Larousse collectif (2003), Le Petit Larousse Grand format, *Des fêtes et des hommes*

Le Galic M. (2005), *La démocratie participative, le cas Nantais*, Paris, L'Harmattan

Lévy J. et Lussault M. (2013), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés,* Belin, Paris

Masboungi A. (2010), *Dessine-moi une ville*, Editions Le Moniteur, Paris

Merlin P. et Choay F. (2000), *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*, PUF, Paris

Mucchielli A. et Guivarch J. (1998), *Nouvelles méthodes d'étude des communications,* Armand Colin, Paris

Quéau P.(1986), *Éloge de la simulation : de la vie des langages à la synthèse des images*, INA, Paris

Rodota S. (1999), *La démocratie électronique*, Editions Apogée, Rennes

Rosemberg M. (2000), *Le marketing urbain en question*, Anthropos, Paris

Sartre J.P.(1967), *L'imaginaire. Psychologie phénoménologique de l'imagination*, Gallimard, Paris

Schnapper D. (2000), *Qu'est-ce que la citoyenneté ?,* Gallimard, Paris

Schütz A. (1987), *Le chercheur et le quotidien*, Méridiens-Klincksieck, Paris

Wolton D. (2005), *Sauver la communication*, Flammarion, Paris


### Revues


« Aires de jeux : l'art de la concertation », *Horticulture & Paysage* n°116, 2010/5, pp25-28

« Belleville : une aire de jeux expérimentale », *Horticulture & Paysage* n°132, 2011, pp32-33

Bailleul H., « Les nouvelles formes de la communication autour des projets urbains : modalités, enjeux, impacts pour un débat participatif », *Métropoles* n° 3, 2008/3, pp.98-139
Disponible à l'adresse suivante : https://metropoles.revues.org/2202

Darrieus M., « Aires de jeux », *AMC* n°225, 2013, pp77-87
Disponible à l'adresse suivante : https://www.baseland.fr/uploads/2013.06_amc_bel.pdf

Di Méo G., « *Identités* et territoires : des rapports accentués en milieu urbain ? », *Métropoles* n°1, 2007, pp69-94
Disponible à l'adresse suivante : http://metropoles.revues.org/document80.html

Dumont M. et Devisme L., « Les métamorphoses du marketing urbain : Euronantes.fr », *EspacesTemps.net*, 2006
Disponible à l'adresse suivante : http://espacestemps.net/document1831.html

Fauve C., « L'enfant dans la ville », *EcologiK* n°22, 2011, pp50-58

Flichy P., « Les enjeux démocratiques et administratifs d'Internet », *Regards sur l'actualité* n° 327, 2007, pp. 5-14

Gontcharoff G., « Pour que la démocratie locale ne soit pas une utopie », *Lien social* n°563, 2001, p.8

Lacoste P., « Paysagiste 2.0 : Les clés pour rester connecté », *Matériel et Paysage n°89*, 2012/12, pp31-35

Loubière A. et Zimmermann A., « Marketing urbain et demande sociale », *Urbanisme* n°344, 2005, pp. 47-53

Lussault M., « Les mondes spatiaux du web », *Urbanisme* n°357, 2007, pp. 69-72.

Mannarini T. et Tartaglia S., « Image of neighbourhood, self-image and sense of community », *Journal of environmental psychology* n°26, 2006, pp. 202-214

Marty C., « Le partenariat : concept ou objet d'analyse ? », *Education permanente* n°131, 1997, p.30

Masboungi A. et McClure B., « La représentation graphique en questions », *Urbanisme* n° 357, 2007, pp. 39-43.

**Mémoires et thèses**

Bailleul H. (2009), *Communication et projets urbains. Enjeux et modalités de la communication entre acteurs du projet et habitants,* thèse de doctorat en aménagement urbanisme, sous la direction de Denis Martouzet, Université François Rabelais, Tours, 591 p. (soutenue le 7 décembre 2009)

Cadudal G. (2005) *La participation outil de citoyenneté ?*, Maitrise en intervention et développement social, Université de Nantes, 2005
Disponible à l'adresse suivante : http://www.memoireonline.com/09/10/3902/m_La-participation-outil-de-citoyennete-0.html

Poudret M. (2017), *Dans quelle mesure les démarches participatives favorisent-elles l'implication et l'acceptation des projets de paysage par les acteurs et usagers du territoire suisse, de la planification au projet ?*, Ingénieur paysagiste option Maîtrise d'Œuvre et Ingénierie, Agrocampus Ouest centre d'Angers, 2017

**Autres documents**

BASE, TERRASOL, Luc Mas, Notice Phase Avant-Projet « Réaménagement de l'aire de Jeux du Parc de Belleville – Paris 20ème », 2004

Brizais R., « Citoyens en institution, institution citoyenne », document de cours *Cadre et direction,* MST IDS - DSTS de Nantes, 2005

Gontcharoff G., Forum « Démocratie ou démagogie participative ? », notes personnelles

Grand Lyon, Lettre d'information n°1 « A la conquête d'une nouvelle oasis »
Disponible à l'adresse suivante : https://www.grandlyon.com/fileadmin/user_upload/media/pdf/grands-projets/parc-blandan/20120723_gl_blandan_lettreinfo_n1.pdf

Le Bissonnais M., ingénieur paysagiste chez BASE (Paris), entretien réalisé le 27/07/2017

Montembault D., Geisler E., Romain F., Leconte L., Davodeau H., Toublanc M., Luginbuhl A., Rapport final du programme de recherche « Participation des populations et renouvellement des pratiques paysagistes, une approche par l'expérimentation et la comparaison des méthodes », 2013

Terrin J.J., chercheur au CSTB, discours cité dans Faraldi (2005)

**Sites internet**

[1] CNRTL (2007)
http://www.cnrtl.fr/ (consulté le 13/05/2017)

[2] Projets de paysage (2009)
http://www.projetsdepaysage.fr/petit_lexique_de_geomediation_paysagiste (consulté le 10/06/2017)

[3] Convention Aarhus - Convention sur l'accès à l'information, la participation du public au processus décisionnel et l'accès a la justice en matière d'environnement (1998)
https://www.unece.org/fileadmin/DAM/env/pp/documents/cep43f.pdf (consulté le 20/05/2017)

[4] Comité de suivi et d'évaluation (2006)
http://prcauvergne.fr/images/JR_2016/AP/Echelle-de-participation-citoyenne_Sherry-Arnstein.pdf (consulté le 10/06/2017)

[5] DILA – Direction de l'information Légale et Administrative (2017)
http://www.dila.premier-ministre.gouv.fr/ (consulté le 20/05/2017)

[6] BASE (2017)
http://www.baseland.fr/fr/equipe (consulté le 27/07/2017)

[7] Oikos - Paysagistes & Urbanistes (2011)
http://www.oikos.pro/tag/paysage/ (consulté le 24/07/2017)

[8] Paris Brune, côté impaire (2017)
http://paris-brune-doc.over-blog.com/ (consulté le 16/08/2017)

[9] Makery – le média de tous les labs (2017)
http://www.makery.info/ (consulté le 24/07/2017)

AGROCAMPUS OUEST

☑ CFR Angers

☐ CFR Rennes

GINJAUME ARCHITECTURE ET PAYSAGE

| | |
|---|---|
| Année universitaire : 2016 - 2017<br>Spécialité :<br>Paysage<br>Spécialisation (et option éventuelle) :<br>Maîtrise d'Œuvre et Ingénierie | **Mémoire de fin d'études**<br>☑ d'Ingénieur de l'Institut Supérieur des Sciences agronomiques, agroalimentaires, horticoles et du paysage<br>☐ de Master de l'Institut Supérieur des Sciences agronomiques, agroalimentaires, horticoles et du paysage<br>☐ d'un autre établissement (étudiant arrivé en M2) |

# Dans le cadre des démarches participatives, en quoi le partage du processus de conception conduit-il le paysagiste à utiliser de nouvelles formes de communication ?

Par : Laurent DIAZ

## ANNEXES

***Soutenu à Angers le 07 Septembre 2017***

***Devant le jury composé de :***

Président : M. Sébastien Caillault, enseignant-chercheur à Agrcampus Ouest

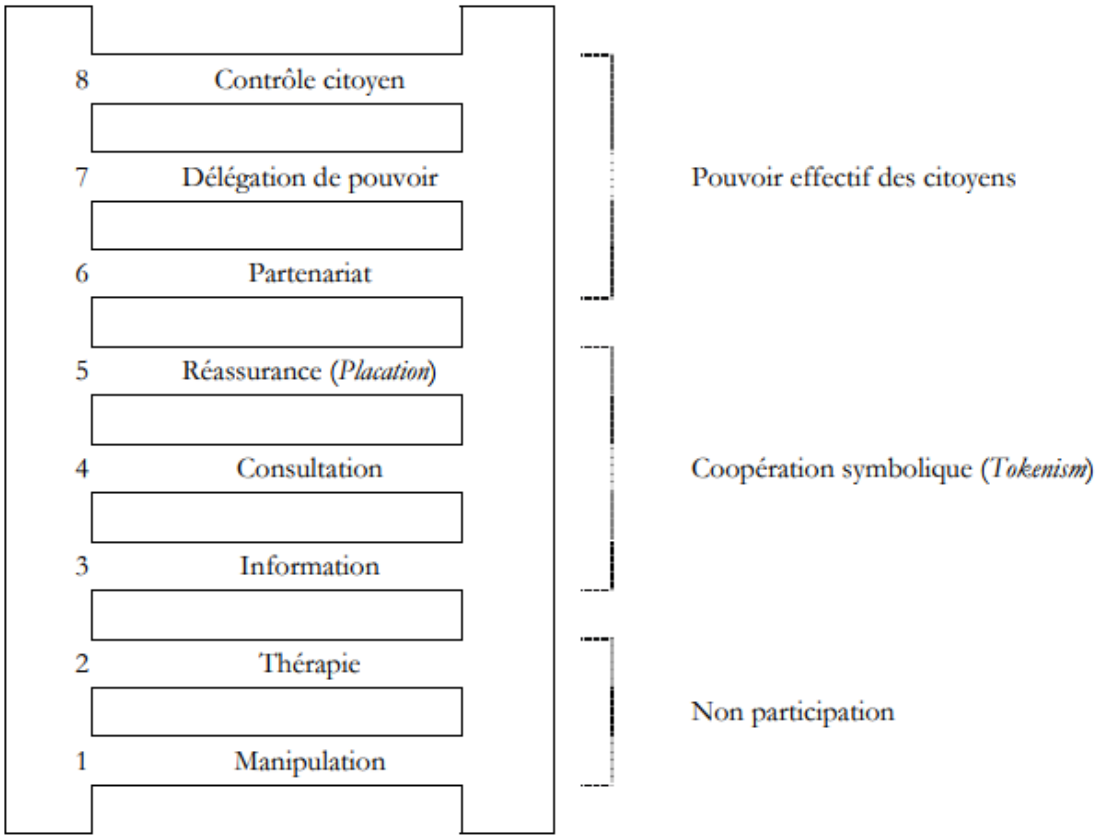
Maître de stage : Mme. Roser Ginjaume, architecte paysagiste

Enseignant référent : Mme. Fanny Romain, enseignant-chercheur à Agrocampus Ouest

*Les analyses et les conclusions de ce travail d'étudiant n'engagent que la responsabilité de son auteur et non celle d'AGROCAMPUS OUEST*

Ce document est soumis aux conditions d'utilisation
«Paternité-Pas d'Utilisation Commerciale-Pas de Modification 4.0 France»
disponible en ligne http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.fr

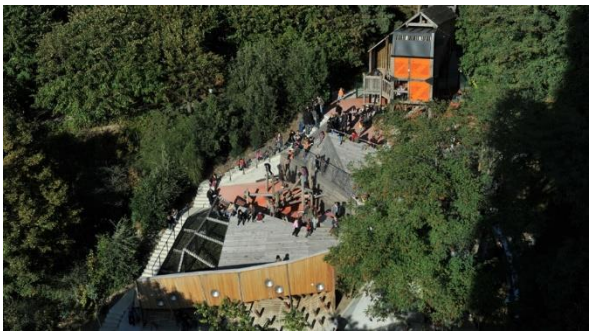
Annexe I : Les huit échelons de la participation, le modèle de Sherry-Arnstein (source : Comité d'évaluation et de suivi)

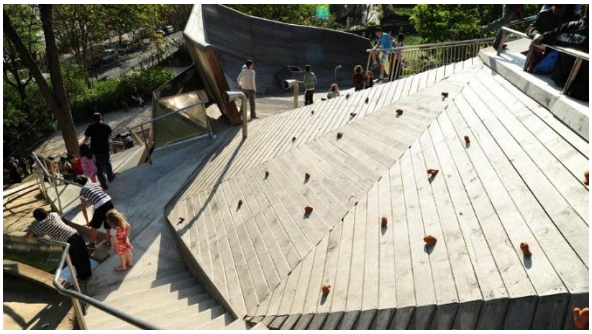


Annexe II : Trois cas d'études où la participation a permis la conception du projet

Jardin Paul Verlaine, Nancy (source : Ville de Nancy)

Parc de Belleville, Paris (source : BASE [6])





Square marin Lichtenberger-Renoir, Paris (source : Makery [9])

Annexe III : Compte-rendu de l'atelier de concertation mené dans le quartier Saint-Antoine à Limoux (source : Ginjaume – Architecture et Paysage)

CONCERTATION | Limoux
12 Mai 2017

# COMPTE RENDU

*OBJET DE LA REUNION*

- Analyser avec les habitants du quartier les besoins concernant l'aire de jeux.

## Présents

**MAITRE D'OUVRAGE :**

ALOGEA: Mme Magali LAFUSTE, animatrice en éco-développement habitat social

**MAITRE D'OEUVRE :**

GINJAUME ARCHITECTURE ET PAYSAGE: Mme GINJAUME Roser, Architecte et Paysagiste

**Habitants**

*OBJECTIFS*

- Etre à l'écoute et récolter l'EXPERTISE D'USAGE.
- Ecouter leurs besoins et propositions.

## LE CONTEXTE

ALOGEA souhaite réactiver le VIVRE ENSEMBLE dans le quartier de SAINT-ANTOINE de Limoux. Pour cela, il est prévu de mener plusieurs actions sur l'espace public du quartier.

ALOGEA s'entoure de ses partenaires pour mener des actions communes qui peuvent améliorer la qualité de vie des habitants du quartier.

Lors d'un atelier de concertation menés en octobre 2016, plusieurs besoins ont été mis en avant par les habitants. Parmi ces besoins, il y avait une volonté de créer une aire de jeux pour permettre aux habitants de se détendre et de s'amuser.

Pour permettre une appropriation de l'espace, un atelier de co-construction de l'aire de jeux avec les habitants du quartier a été réalisé le 12 Mai 2017. Cet atelier a pour but de répondre au maximum aux attentes des habitants du quartier.

Il a permis de choisir le nombre et le type de jeux, les matériaux, les tranches d'âges, le type de sol souple, … avec les habitants du quartier.

## DES JEUX POUR LES PETITS

*AIRE DE JEUX*

Une des principales volontés des habitant est de créer une aire de jeux, principalement en bois et pour les petits (jusqu'à 4-6 ans).

Suite à la concertation, deux solutions d'aménagement ont été envisagées. La première consisterait à installer plusieurs petits jeux. Cela a pour but d'éviter que les enfants ne se lacent trop rapidement. Parmi les jeux proposés, les habitants ont arrêté leur choix sur un toboggan, une cabane, ou encore une balançoire.

La seconde option est de partir sur un seul module. Celui-ci, plus grand, proposerait aux enfants différentes activités qui ne pourraient pas être installées avec les modules séparés, comme un mur d'escalade.

Pour l'esquisse, deux versions d'aménagement seront proposées, chacune d'entre elle correspondant à une solution proposée ci-dessus.

## UN PARCOURS POUR LES GRANDS

*AIRE DE JEUX*

Lors de la concertation, il est aussi apparu le besoin de créer une zone réservée aux enfants plus âgés (jusqu'à 12-13ans). Celle-ci devrait être séparée de la zone des plus petits pour éviter les conflits d'utilisation.

Pour cette seconde zone, le choix des habitants s'est porté vers la mise en place d'un parcours. Celui-ci proposerait un choix plus varié d'activités tout en limitant le nombre d'installations. Ce parcours pourrait être composé de modules sportifs comme des agrès, ou bien d'un mobilier plus ludique comme un pont en bois ou des plateformes de saut.

Un parcours sportif permettrait à des adolescents d'utiliser l'aire de jeux.

## REQUALIFIER L'ESPACE PUBLIC

*ZONE DETENTE*

Pour requalifier l'espace public et relancer le vivre ensemble, ALOGEA souhaitent redonner une dynamique et embellir l'espace public. Pour cela, un atelier participatif sera organisé avec les habitants. Cet atelier aura pour objectif de fleurir les espaces extérieurs et l'aire de jeux. Nous pourrons aussi envisager la possibilité de créer du mobilier urbain à partir de matériel de récupération et avec des palettes en bois.

Ces aménagements ont pour but de créer une zone de détente réservée aux adultes qui viennent surveiller leurs enfants, par exemple. Un massif fleuri va venir séparer les deux zones de l'aire de jeux.

## SECURISER L'AIRE DE JEUX

*SOLS ET MOBILIER*

Les habitants ont aussi été amenés à choisir le type de sol qu'ils désiraient pour l'aire de jeux. Après plusieurs discussions, c'est la pelouse qui s'est rapidement imposée comme le type de revêtement de sol souple qu'il fallait utiliser (revêtement le moins salissant parmi ceux proposés).

Cependant, ALOGEA nous a signalé que la mairie serait réfractaire à ce type de revêtement car il demande trop d'entretien. Une autre solution a alors été envisagée et elle a été validée par les habitants. Du stabilisé sera alors mis en place. Un revêtement en EPDM sera installé autour des jeux de hauteur importante et nécessitant une telle protection.

Pour fermer l'aire de jeux, des barrières seront mises en place. Des assises y seront entre-calés pour permettre la surveillance des enfants. Il serait possible d'envisager des bancs recto-verso (une face donnant sur l'aire de jeux et l'autre sur l'extérieur). L'installation de mobilier construit avec les habitants pourrait limiter les coûts d'achat.

Les habitants souhaiteraient que les entrées de l'aire de jeux soient installées vers les entrées des immeubles.

**GINJAUME**

22 Boulevard Marcel Sembat
11100 NARBONNE

**ALOGEA**
6 rue Barbès CS 50004
11890 CARCASSONNE Cedex 9

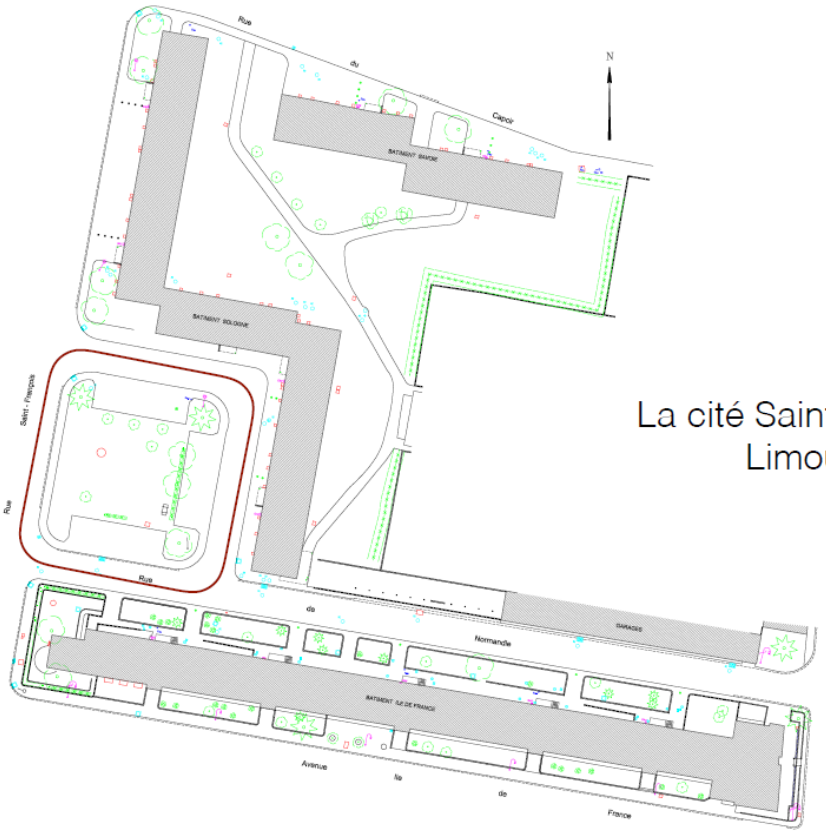
Annexe IV : Support de l'atelier de concertation organisé à Limoux (source : Ginjaume – Architecture et Paysage)

# AMÉNAGER UNE AIRE DE JEUX

QUARTIER DE SAINT-ANTOINE

ALOGEA
BATIR ET ACCOMPAGNER

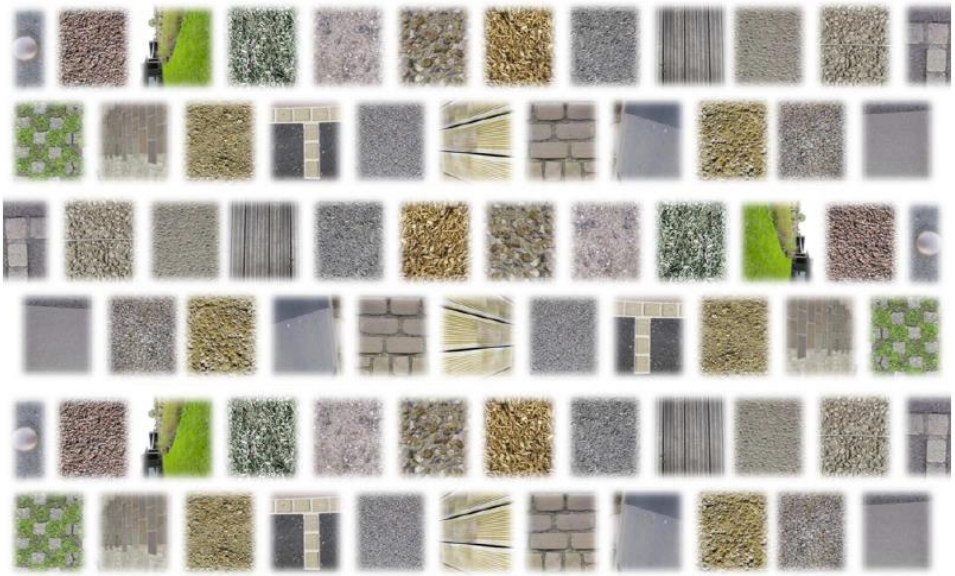
GINJAUME
ARCHITECTURE ET PAYSAGE




La cité Saint-Antoine
Limoux

# Des jeux pour tous

Courir, sauter, tourner.



# Une diversité des sols

Protéger, sécuriser, profiter.

Pour des jeux de faible hauteur

Pour des jeux de hauteur importante

Donner une deuxième vie aux matériaux

Mobilier urbain

| | |
|---|---|
| | Diplôme : Ingénieur de l'Institut Supérieur des Sciences agronomiques, agroalimentaires, horticoles et du paysage<br>Spécialité : Paysage<br>Spécialisation / option : Maîtrise d'Œuvre et d'Ingénierie<br>Enseignant référent : Fanny Romain |

| | |
|---|---|
| Auteur(s) : Laurent DIAZ<br><br>Date de naissance* : 21/08/1994 | Organisme d'accueil : Ginjaume – Architecture et Paysage<br>Adresse : 22, boulevard Marcel Sembat<br>11100 NARBONNE<br><br>Maître de stage : Roser Ginjaume |
| Nb pages : 40 Annexe(s) : 4 | |
| Année de soutenance : 2017 | |

Titre français : Dans le cadre des démarches participatives, en quoi le partage du processus de conception conduit-il le paysagiste à utiliser de nouvelles formes de communication ?

Titre anglais : Within the framework of the participative initiatives, to what extent does the sharing of the process of design lead the landscape engineer to use new forms of communication?

Résumé (1600 caractères maximum) :

Bien qu'existant depuis l'Antiquité, la démarche participative est un concept qui s'est réellement démocratisé à partir de la fin du XX$^{ème}$ siècle. Le paysage est étudié sous l'angle du vécu, et non plus seulement comme un objet esthétique. C'est une notion qui aborde la conception par le débat. Chacune des décisions sera prise après concertation et échange avec les habitants. Les outils de communication, graphiques ou non, doivent alors servir ce discours et être des supports permettant de récupérer la parole des habitants. Pour rendre la participation plus facile, le paysagiste développe des outils permettant un débat plus ludique. Il adapte son discours au public ciblé, et cherche à créer de l'information à l'aide de nouveaux outils de communication. Avec des supports variés, mais toujours en suivant un fil conducteur, il arrive à alimenter ce débat et à récupérer la parole nécessaire pour la conception du projet.

Abstract (1600 caractères maximum) :

Although existing since Antiquity, participative initiative is a concept which really became more democratic at the end of the XXth century. Landscape is studied under the angle of the real-life experience, not as an esthetical object. It is the notion which approaches the design by the debate. Each of the decisions will be taken after dialogue and exchange with the inhabitants. Communications tools, graph or not, then must serve this speech and be media allowing to get back the word of the inhabitants. To return the easier participation, the landscape engineer develops tools allowing a more playful debate. He adapts his speech to the targeted public, and tries to create of the information by means of new communications tools. With varied supports, but always by following a main thread, he can feed this debate and get back the necessary word for the design of the project.

Mots-clés : Communication, participation, démarche participative, concertation, partage, échange, débat, processus de conception, représentation

Key Words: Communication, participation, participative initiative, dialogue, sharing, exchange, debate, process of design, representation

* *Elément qui permet d'enregistrer les notices auteurs dans le catalogue des bibliothèques universitaires*