

Frank ECKHARDT

Professeur à la Bauhaus-University de Weimar

Robert Fidenti

Monsieur Eckhardt, de Weimar, va faire l'effort de faire sa présentation en français. Il nous a demandé votre indulgence, notre indulgence. Nous devons vraiment le remercier de faire cet effort. Philippe Fayeton va pouvoir l'aider s'il y a nécessité de traduire des mots allemands. Ne vous gênez pas, faites comme vous l'entendez, nous allons essayer au maximum de profiter de votre expérience et de ce que vous pouvez nous apporter. Encore merci d'être venu et d'accepter de faire cet effort, parce que c'est la première fois que Monsieur Eckhardt fait une intervention en français. Je crois que c'est important de voir cette volonté, qui témoigne du respect envers le public, de parler dans la langue du pays.

●M. Eckhardt

Mesdames et Messieurs, bonjour, c'est un honneur pour moi de participer à ce colloque. Je tiens avant tout à exprimer ma gratitude à l'association Volubilis qui m'a invité à participer à ce colloque et je sollicite votre indulgence à tous, car je vais m'efforcer de faire ma conférence en français. C'est pourquoi je vous saurai gré de votre compréhension et de votre patience durant ma conférence. Merci.

Je voudrais apporter ma contribution à propos des développements des périphéries en Allemagne, je procéderai en trois étapes. Il s'agira tout d'abord d'exposer les conditions de développement du commerce urbain dans les précédentes décennies, après cela, je me tournerai vers les procédures d'urbanisation actuelles et pour terminer, je présenterai le discours allemand sur les périphéries.

En Allemagne, les rues piétonnes construites après la guerre sont toujours appréciées. Cependant elles sont peu adaptées à la diversité de l'offre et de la demande des infrastructures. Elles ne sont que très doucement en train de profiter de nouvelles opportunités de développement comme le « e.commerce », le commerce électronique. Dans les années 60, partout en Europe, les grands hypermarchés ont fleuri et encore aujourd'hui, ils jouent un rôle très important dans l'alimentation quotidienne. Néanmoins le développement du commerce urbain en matière de biens d'alimentation a conduit au dépassement des grands hypermarchés, aujourd'hui perçus comme désuets. À partir des années 90, ces hypermarchés entrent en crise, l'offre n'est pas adaptée à tous les clients car on ne recherche pas spécifiquement à fidéliser une clientèle de luxe. En réponse aux formes de commerce urbain traditionnel en déclin, les centres commerciaux construits pendant les années 80 souffrent d'une logique d'anonymat et de fonctionnalisme, c'est pourquoi on les considère comme sans identité propre.

Dans les années 90, la revitalisation des marchés met l'accent sur la promulgation de la tradition et réhabilite des espaces d'achat privilégiés. En conséquence, on observe une amélioration des marchés traditionnels et on assiste à la naissance de marchés informels. On s'interroge à l'égard du développement du commerce urbain. On peut se poser la question de ce qu'étaient les conséquences de ces formes de commerce urbain pour la ville. Selon différents sondages, les citoyens font l'expérience d'une ville morne et désolée dans la nuit et dans le soir, de ces considérations naquit un sentiment d'insécurité et pour cette raison, ils évitent la ville. Les politiciens et les acteurs du commerce urbain ont pris différentes mesures pour la réanimation du commerce en centre ville. On veut mettre en place de nouvelles infrastructures pour contrer les centres commerciaux. Le principe est défini par le slogan : « commerce et temps libre 24 heures sur 24 ». Les « centraux », les nouveaux centres villes, font concurrence aux structures déjà existantes du commerce. De cette façon, ces nouveaux centres sont vus comme des « contre centres ».

L'étape qui vient après est une étape cruciale : la reconstruction des gares. Elles souffrent du même problème que les centres. Malheureusement, leur intégration avec les autres sites de commerce urbain de la ville reste difficile. Un réel retour à la ville permet aussi un réel attachement social. Plus tard, les commerces urbains prendront la forme d'ensembles architecturaux historiques de style Art Nouveau. Dans ces lieux, on retrouve une atmosphère luxueuse, aussi bien au niveau des produits que des denrées gastronomiques. Comment faut-il comprendre ces changements de contexte urbanistiques allemands actuels ? En premier lieu, on doit prendre en considération que l'urbanisation de l'Allemagne est déjà très avancée, même s'il reste une différence importante entre l'Est et l'Ouest. En comparaison avec la France, l'Allemagne a une structure polycentrique, avec une prédominance d'habitats de type pavillonnaire. De plus en plus, on constate un développement des régions urbaines avec une croissance du nombre des banlieusards. Cela est la conséquence de l'augmentation de la navette domicile / lieu de travail. En résultat, la création de nouveaux plans de circulation est discutée.

Il y a de grandes incertitudes concernant ces nouveaux espaces urbains et leur mode de fonctionnement. Par exemple, nous n'avons pas de définition claire et précise permettant de comprendre et d'analyser cette forme d'espace, toutes les définitions étant basées sur l'analyse de la circulation et de la densité.

Plus complexe et confus, le contre développement prend de l'importance. La taille de la cité diminue, c'est un phénomène typique de l'est. Le nombre d'habitants décroît très rapidement et cette baisse semble être sans fin. Ce phénomène est une expression des différences économiques, et la conséquence du vieillissement, du bouleversement démographique. L'évolution de l'espace des cités est directement dépendant de l'établissement de commerces. Il en résulte que les sites de "shopping center" a un rôle crucial, et c'est particulièrement vrai dans l'est de l'Allemagne.

Dans la science concernant le développement géographique et physique, un discours allemand est en train d'émerger. On a peur que l'est passe par une phase d'américanisation. Comme résultat de cette crainte, on peut observer une crise dans les théories de l'architecture. Seulement, quelques auteurs s'étaient penchés sur ces problématiques. Les espaces métropolitains développent un réseau de plus en plus dense, le centre traditionnel est abandonné, les habitants de la périphérie déploient un nouveau style de vie qui menace la vie urbaine. Ce style nouveau est caractérisé comme inutile et sans intérêt pour les villes et les éléments extérieurs. Les espaces marchands municipaux deviennent, eux-aussi, inutiles. Dans un projet de recherche comparative, j'ai tenté de vérifier quelques hypothèses dans un périmètre est-allemand et j'ai choisi le land de Thuringe. En l'occurrence, il s'agit d'analyser les interactions entre, d'une part, un hypermarché très récent et, d'autre part, d'une ville traditionnelle. Le land de Thuringe était une région très dominée par les agriculteurs pendant des siècles, jusque dans les années 90. La région est perçue comme l'expression du mode de vie rural par les allemands. Depuis la réunification allemande, cette région est considérée comme un ensemble de périphérisation, cela signifie une grande affluence de citadins dans les villes et dans les villages traditionnels. Les habitants, en contradiction avec la théorie de périphérisation n'ont pas « visité » la ville (rectification de Philippe Fayeton : visiter ce n'est pas au sens du tourisme, c'est, ici, se rendre en ville). Cela ne résulte pas d'une nécessité, les habitants en périphérie aiment vraiment l'atmosphère de vie. Une hypothèse radicale prétend qu'il y a un nouveau style de vie en train de se développer dans la périphérie. Avec les 60 questions de notre sondage, nous avons réussi à déterminer ce que les habitants des périphéries pensent à propos de la culture du temps libre et du travail et aussi des estimations sur leur propre vie. Les données sont rangées dans les intervalles suivants : engagés / conservateurs, orientation extérieure / orientation intérieure et actif / passif. La population rurale est généralement vue comme plus conservatrice, passive et avec une orientation intérieur. La population des périphéries peut se décrire comme extravertie et en même temps conservatrice. Cela implique que les habitants de la périphérie ne constituent pas une nouvelle avant garde mais ils ne sont pas non plus sans intérêt pour la ville publique. En d'autres termes, il veulent vivre dans des villes traditionnelles tout en conservant le confort des périphéries.

En conclusion, on pourrait constater que le développement du commerce urbain en Allemagne est caractérisé par des tendances hétérogènes. D'un côté, on observe un retour à la ville mais pour le commerce ceci ne sera durable que si l'on continue à transformer les espaces publics. D'un autre côté, on trouve un processus d'agglomération mais pas de manière « américaine ». On peut décrire cette périphérisation comme une intégration d'espaces ruraux dans les zones urbaines. La nouvelle forme des périphériques est composée de parties urbaines et rurales et plus sous l'influence des médias.

Robert Fidenti

Merci. On va passer aux questions ou observations.

Inconnu

Ce complexe commercial, ces « shopping center » comme on commence à en avoir en France, je ne vois pas exactement de quoi il s'agit.

●Monsieur Eckhardt

Il n'y a pas une définition de "shopping center". C'est un ensemble de commerces. Mais le nouveau type de "shopping center" fonctionne selon une autre philosophie, une philosophie de loisirs, de temps libre avec des activités pour les enfants. En réalité, nous avons un sondage qui dit que les personnes qui fréquentent les "shopping center" veulent passer du temps, et pas seulement faire les courses. C'est un peu différent... la différence que je voudrais souligner comparé avec les "shopping center" des années 70 ou 80, c'est qu'ils sont perçus comme espaces publics.

Philippe Fayeton – architecte urbaniste

Je voudrais dire que la façon allemande de développer cette périurbanisation, que nous vivons aussi, est tout de même très différente et très culturellement située, dans la mesure où la prise en compte de l'espace urbain et interurbain en Allemagne, est différente de la nôtre. Les villes et les villages sont tellement proches l'un de l'autre, que on a à la fois une proximité de l'autre ville, ou de l'autre village, et une proximité étonnante

de l'espace agricole ou de la forêt. Cette situation fait que les allemands sont dans un autre rapport à l'extérieur de la ville. J'ai l'impression qu'ils vont vers la ville ou vers l'autre ville sans vraiment changer de territoire. La densité est tellement grande que finalement il y a moins d'écart que pour nous quand on passe d'une ville à l'autre où il faut véritablement rouler, sauf dans les zones extrêmement denses de la vallée du Rhône ou de la région parisienne. Mais dans le reste du territoire français il y a beaucoup d'espace entre villes et entre villages. Ça change le rapport à la dimension.



● **M. Eckhardt**

Je pense que c'est la différence la plus importante comparée avec la France.