L'entrepreneuralisme urbain comme mode d'animation : l'espace public madrilène disputé

*Urban Entrepreneurialism as Mode of Animation: Contested Public Space in
Madrid*

Valentin Clavé-Mercier

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ambiances/981>

DOI : 10.4000/ambiances.981

ISSN : 2266-839X

Éditeur :

Direction Générale des Patrimoines - DAPA - MCC, UMR 1563 - Ambiances Architectures Urbanités
(AAU)

Référence électronique

Valentin Clavé-Mercier, « L'entrepreneuralisme urbain comme mode d'animation : l'espace public
madrilène disputé », *Ambiances* [En ligne], 3 | 2017, mis en ligne le 10 décembre 2017, consulté le 20
avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ambiances/981> ; DOI : 10.4000/ambiances.981

Ce document a été généré automatiquement le 20 avril 2019.

Ambiances is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0
International License.

L'entrepreneuralisme urbain comme mode d'animation : l'espace public madrilène disputé

Urban Entrepreneurialism as Mode of Animation: Contested Public Space in Madrid

Valentin Clavé-Mercier

Introduction

- 1 La ville néolibérale est au cœur des débats depuis plus de vingt ans maintenant, comme en témoigne le dernier numéro thématique de *Territory, Politics, Governance* (vol. 4, issue 2). Madrid n'échappe pas à la tendance. Au cours des dernières décennies, la rénovation urbaine de son centre-ville semble être placée sous le signe incontesté de l'entrepreneuralisme urbain, une gouvernance caractéristiquement néolibérale (Ardura, 2014 ; García, 2014). Cette orientation idéologique et ses stratégies spécifiques de gestion du milieu urbain se traduisent indéniablement en de profondes transfigurations de l'espace public (Smith & Low, 2006), quelles soient matérielles, sociodémographiques ou culturelles. Je m'interroge ici concrètement sur les conséquences de l'intervention urbaine entrepreneuriale quant aux possibilités d'animation de l'espace public. De plus, je tiens à plonger au cœur des processus de confrontations qui surgissent autour de la re-signification des espaces publics, ce que Smith & Low (*ibid.*) dénomment la « repolitisation de l'espace public ». C'est pourquoi cet article répond à plusieurs questions autour des enjeux que représente l'entrepreneuralisme urbain pour l'espace public : Quelle animation de ce dernier promeut-il ? Quelles conséquences entraîne-t-il dans l'expérience spatiale des usagers quotidiens ? Quelles animations citoyennes présentent une alternative à l'entrepreneuralisme urbain ? Quels rôles jouent les sens du lieu et les imaginaires urbains dans ces contestations ? Quels sont les résultats de ces conflits ? Comment expliquer la coexistence d'espaces profondément transfigurés par l'entrepreneuralisme urbain et d'autres relativement « préservés » ?

- 2 Les réponses à ces questions seront amenées au travers d'un cas d'étude local, centré sur deux places publiques du quartier madrilène d'Universidad (communément dénommé Malasaña). Avant les années 1990, ce quartier du centre-ville fut longtemps associé à un imaginaire d'alternative politique et culturelle. Le rôle historique de cette zone pendant la transition démocratique des années 1970, la centralité qu'elle incarna dans l'important mouvement contre-culturel des années 1980, ou la résistance locale au projet de transformation urbanistique « Plan Malasaña » à la fin des années 1970, sont des faits marquants qui nourrirent cet imaginaire. Sur le plan sociodémographique, ce quartier réunissait les caractéristiques et problématiques typiques de nombreux centres historiques européens à cette même époque : logements insalubres occupés principalement par des personnes âgées, des immigrants et des familles de classe ouvrière ; zone profondément marquée et stigmatisée par la délinquance, la prostitution, la drogue et la mendicité. Cependant, cette réalité se modifie radicalement dès les années 1990, en raison notamment de la réalisation de plusieurs projets de revitalisation du quartier cherchant à attirer la classe moyenne. Ces différents plans de rénovation urbaine s'inscrivent dans la tendance européenne de l'époque qui prétendait transformer les centres historiques – principalement abandonnés pendant les années 1960 et 1970 – pour les rendre plus attractifs dans la naissante compétition interurbaine globale (Beaverstock, Taylor & Smith, 1999).
- 3 Finalement, les nombreuses modifications de l'environnement matériel réalisées impliquent de profonds changements dans la structure socioéconomique et démographique du quartier : augmentation vertigineuse du prix du logement, diminution de la population d'origine immigrée ou réduction de la taille moyenne des ménages. Ces chiffres ne représentent que quelques facettes des importants processus de gentrification existants localement (García, 2014). En effet, l'attraction des classes moyennes et « créatives » donne lieu à une série de transformations socioculturelles et économiques spécialement liées à ce phénomène : rajeunissement et embourgeoisement de la population, prédominance de ménages composés de personnes seules, importante mobilité, tertiarisation, spéculation immobilière, sécurisation... De plus, les déplacements de la population défavorisée liés à la gentrification n'impliquent pas sa totale substitution et entraînent une réalité sociale profondément marquée par les inégalités et la polarisation urbaines.
- 4 Les nouvelles politiques urbaines néolibérales introduites pendant les années 1990 (Observatorio Metropolitano, 2007) convertissent donc Malasaña en un élément clé de la reconstruction de l'image de la ville. Les opérations de transformations matérielles de l'espace se multiplient, destinées à la « revitalisation » sociale, commerciale et touristique de la zone. C'est dans ce contexte spatial et social de changements (et contestations) que s'inscrivent les deux places publiques de Madrid ici analysées : la plaza Luna et la plaza Dos de Mayo. Situées à 500 mètres l'une de l'autre, chacune présente une superficie proche des 5000 m². Géographiquement et socialement, la première est marquée par sa proximité avec l'axe commercial-touristique GranVía-Callao-Sol et par de nombreux phénomènes de prostitution, mendicité et toxicomanie, tandis que la seconde occupe une position centrale dans le quartier et fut longtemps connue comme un lieu habituel de *botellón*¹. Toutes deux furent le centre d'opérations de remodelage pendant la période étudiée : en 1994 pour el Dos de Mayo et en 2006 pour Luna. La victoire électorale de la coalition de gauche *Ahora Madrid* n'a en rien modifié l'importance de ces deux places dans le quartier de Malasaña. En effet, toutes deux font l'objet de projets municipaux pour

l'année 2017 : l'installation de toilettes publiques sur le Dos de Mayo (une revendication historique des résidents du quartier) et un nouveau projet participatif de rénovation intégrale de la Plaza Luna afin de promouvoir son usage quotidien par les résidents. Le récent tournant électoral montre donc que les enjeux autour de ces espaces publics perdurent. Étant donné l'importance historique des places publiques dans la culture espagnole – en raison de la coexistence spatiale de relations symboliques, culturelles, sociales, économiques et politiques – on peut penser qu'elles auront un rôle central dans la définition des modes d'animation de l'espace urbain et, par conséquent, du modèle d'urbanité prédominant.

Illustration 1 : Quartier Universidad, Madrid

Source et copyright : Dirección General de Estadística.

- 5 Cet article est le résultat d'une recherche de géographie politique menée en 2015 sur ce terrain afin de répondre aux interrogations précédemment exposées². La période étudiée correspond aux six mandats municipaux consécutifs du *Partido Popular* entre 1991 et 2015. L'approche multi-échelles développée met en relation les actions et discours des acteurs de quartier avec l'évolution des politiques municipales et certains de leurs objectifs globaux. L'enquête réalisée prend en compte quatre groupes sociaux présents dans la quotidienneté des espaces publics ciblés et de leur animation : le secteur privé, les résidents du quartier, les travailleuses du sexe et différents collectifs politiques para-institutionnels. Ils furent étudiés grâce à un travail de terrain de six mois, comprenant des observations des places, mais aussi la production d'un questionnaire, la conduite d'entretiens, ainsi que l'analyse d'une série de lois et de documents municipaux concernant l'organisation et l'utilisation de l'espace public. Cette méthodologie mise en place a donc permis d'apporter des éléments de réponse à la double interrogation développée dans cet article : quel rôle l'entrepreneuralisme urbain joue-t-il dans l'animation de l'espace public madrilène, et comment les sens du lieu construits autour de ce dernier interagissent-ils avec les dynamiques et développements entrepreneuriaux ?

L'entrepreneuralisme urbain comme mode d'animation

- 6 La restructuration urbaine antérieurement mentionnée est liée selon Ardura (2014) et García (2014) au développement du discours et des pratiques néolibérales, mais il est aussi possible d'y voir la matérialisation d'une nouvelle configuration des relations de pouvoir dans l'organisation de l'espace urbain, un modèle de gouvernance spécifique : l'entrepreneuralisme urbain. Présenté par ses défenseurs comme une nécessité après la crise des années 1970 afin que les villes soient plus innovatrices et compétitives à l'échelle mondiale, la ville entrepreneuriale se développe progressivement en un phénomène planétaire basé sur trois aspects centraux : l'alliance stratégique entre secteurs public et privé afin d'attirer des investissements vers l'espace urbain, la priorité donnée à l'amélioration de la compétitivité face à la redistribution économique, et le déploiement de politiques ou pratiques hautement spéculatives (Harvey, 1989). Madrid n'échappe pas à cette tendance globale vers la gestion entrepreneuriale et García et Molina (2010), entre autres, présentent de nombreux indices de son implantation dès les années 1990 : mégaprojet de remodelage du périphérique madrilène, création de la marque « ¡ Madrid ! », opérations de revitalisation du centre-ville, organisation d'événements de rayonnement international...
- 7 Ces dynamiques politiques entrepreneuriales cherchent à mener à bien une revalorisation de l'espace urbain et sont donc fortement liées à la reconfiguration et au contrôle du territoire. Mais je porte ici l'attention sur un aspect souvent oublié ou délaissé qui présente cependant des enjeux et conflits majeurs : l'entrepreneuralisme urbain passe aussi par la promotion d'un type concret d'animation de l'espace public, lui permettant justement de construire ce paysage urbain attractif. Une fois considérée cette facette du « mode d'animation », on observe deux dimensions principales la constituant : l'une *proactive* consistant en l'établissement d'animations concrètes et particulières aux objectifs entrepreneuriaux, et l'autre *réactive* qui cherche à contrôler et redéfinir les animations non-entrepreneuriales présentes dans l'espace public. Je considère à présent quelques exemples phares de ces processus entrepreneuriaux en lien avec l'animation de l'espace public qu'ils promeuvent et institutionnalisent. Ces dynamiques et politiques, en majorité déployées au niveau municipal, sont en effet observables et significatives sur les deux places publiques étudiées.
- 8 La principale animation proactive qu'impulse le modèle de gestion entrepreneurial à Madrid consiste en l'occupation de l'espace public par des activités commerciales organisées par des entreprises privées. Cette pratique est historique, mais l'actuel degré de permissivité octroyé par l'administration locale et les objectifs qu'elle recherche la situe clairement dans l'ensemble des processus entrepreneuriaux. L'utilisation privative et lucrative de l'espace public, liée à une animation au potentiel majoritairement économique et touristique, prend principalement la forme de terrasses de bars et cafés, de kiosques divers et d'événements récréatifs-publicitaires connus comme *street marketing*. Les premières sont un phénomène croissant dans la capitale espagnole et les chiffres officiels (qui ne tiennent pas compte des nombreuses terrasses illégales) signalent une augmentation de 150% entre 2009 et 2012 seulement (Mairie de Madrid, 2013). Cette évolution exponentielle est due en grande partie aux réformes du règlement des terrasses et kiosques d'hôtellerie, réalisées par le gouvernement municipal en 2011 et 2013. Dans

les deux textes d'actualisation du règlement, la Mairie reconnaît ouvertement l'objectif de faciliter l'installation de terrasses et kiosques afin d'améliorer l'attraction internationale, la compétitivité et le tourisme madrilènes. Entre autres, ces modifications comprennent la flexibilisation de l'installation, l'allègement du processus administratif, l'extension de la liste des établissements autorisés à disposer d'une terrasse ou l'assouplissement du régime de sanctions en cas de non-respect du règlement en question.

- 9 Sur la plaza del Dos de Mayo, on observe le déploiement quotidien de 73 tables en terrasse réparties entre 7 établissements. La grande majorité des collectifs et commerçants interrogés s'accordent sur leur diminution, leur meilleure répartition et le contrôle effectif des normes réalisé par les agents municipaux. Sur la plaza Luna on compte 43 tables réparties entre seulement 3 établissements et qui ont, dans ce cas, provoqué de nombreuses critiques signalant leur incompatibilité avec les pratiques quotidiennes des usagers de la place, leur profusion incontrôlée et même leur illégalité dans certains cas. Quant aux kiosques, la différence entre les deux places est aussi flagrante. La première dispose d'un petit kiosque de presse présent depuis la rénovation de la place en 1994, tandis que sur la plaza Luna on trouve depuis 2011 un kiosque de restauration avec terrasse cédé par la Mairie pour au moins 10 ans. Celui-ci est fortement critiqué par les résidents du quartier et plusieurs groupes activistes – de tendance d'extrême gauche – à cause de son occupation importante de la zone centrale de la place et du mode d'animation mercantiliste proposé et défendu par l'administration municipale. Cet exemple concret d'animation de type clairement commercial, résultat d'une dynamique entrepreneuriale, est d'autant plus intéressant parce qu'elle est à la fois proactive et réactive. En effet, le Conseiller Municipal du District Centre de l'époque, Enrique Núñez, souligna lui-même la double dimension des objectifs de cette cession en mentionnant le tourisme mais aussi la « reconquête » de la place grâce à cette nouvelle animation. Les animations marginales, incontrôlées voire illégales qui peuplaient la plaza Luna pendant les années 1990 et 2000 expliquent ce double aspect de marketing spatial (Kotler, Haider & Rein, 1993) et de contrôle des comportements d'ailleurs explicite : « C'est un objectif triple que nous recherchons avec l'instauration de ces kiosques avec terrasses : revitaliser les zones, essayer d'éviter la marginalité et lutter contre le botellón. »³

Illustration 2 : Dos de Mayo. Point de vue depuis l'entrée Sud de la place, regardant vers l'Est, mars 2017

Source et copyright : Photographie de Valentin Clavé-Mercier.

Illustration 3 : Dos de Mayo. Point de vue depuis l'entrée Ouest de la place, mars 2017

Source et copyright : Photographie de Valentin Clavé-Mercier.

Illustration 4 : Dos de Mayo. Point de vue depuis l'entrée Nord de la place, mars 2017

Source et copyright : Photographie de Valentin Clavé-Mercier.

Illustration 5 : Dos de Mayo. Vue panoramique de la place, mars 2017

Source et copyright : Photographie de Valentin Clavé-Mercier.

Illustration 6 : Dos de Mayo. Point de vue depuis l'entrée Sud de la place, regardant vers l'Ouest, mars 2017

Source et copyright : Photographie de Valentin Clavé-Mercier.

Illustration 7 : Luna. Vue panoramique de la place, mars 2017

Source et copyright : Photographie de Valentin Clavé-Mercier.

Illustration 8 : Luna. Point de vue depuis l'entrée Ouest de la place, mars 2017

Source et copyright : Photographie de Valentin Clavé-Mercier.

Illustration 9 : Luna. Point de vue depuis l'entrée Est de la place, mars 2017

Source et copyright : Photographie de Valentin Clavé-Mercier.

Illustration 10 : Luna. Anciens cinémas Luna reconvertis en « gymnase de luxe », mars 2017

Source et copyright : Photographie de Valentin Clavé-Mercier.

Illustration 11 : Luna. Point de vue depuis l'Est regardant vers l'Ouest de la place, mars 2017

Source et copyright : Photographie de Valentin Clavé-Mercier.

- 10 Une autre animation entrepreneuriale de type proactif est le *street marketing*, activité qui englobe toute technique publicitaire non-conventionnelle réalisée dans l'espace public. Pour faciliter son développement, la Mairie de Madrid adopte en 2012 un règlement spécifique la concernant. Ce texte législatif divise les places publiques de Madrid en 15 catégories hiérarchisées en fonction de leur capacité d'audience et de leur potentiel emblématique. Sur ce barème municipal, la plaza Luna se trouve en neuvième position tandis que celle du Dos de Mayo n'arrive qu'au quatorzième échelon. Cette classification dénote clairement l'objectif et l'ambition entrepreneuriaux de faire de la première un lieu clé dans la promotion de Madrid et de son image de marque. Cette orientation définit aussi inévitablement le type d'animation prédominant sur cet espace public dans lequel on recense de nombreux événements publicitaires organisés en quelques années face à leur quasi inexistence sur la place du Dos de Mayo. Encore une fois, les secteurs activistes et de résidents ici étudiés dénoncent ces dynamiques de « commercialisation » et d'« appropriation » de l'espace public.
- 11 Comme exposé précédemment, l'entrepreneuralisme urbain conçu comme mode d'animation de l'espace public contient aussi une dimension réactive. Celle-ci vise à contrôler l'animation présente et possiblement négative pour les objectifs entrepreneuriaux, cherchant donc à redéfinir le comportement permis et normalisé dans l'espace public. Sa principale tâche est alors de mener à bien une reconfiguration socio-spatiale afin de présenter un paysage urbain qui projette une image de sécurité, confiance et prospérité. En général, cette dimension réactive de l'animation de l'espace public se centre sur la « résolution » du problème de la présence de population institutionnellement identifiée comme « marginale », un phénomène que Mitchell (1997) qualifie d'« annihilation de l'espace par la loi ». Bien que ce géographe se centre principalement sur l'étude des lois anti-indigence aux États-Unis, cela fait écho aux dynamiques entrepreneuriales à Madrid qui ont articulé d'autres stratégies afin d'empêcher cette population de mener à bien ses activités vitales et économiques basiques (prostitution, trafics divers, mendicité, dormir...). La première stratégie est la transformation matérielle de l'espace public, illustrée de manière limpide par le remodelage de la plaza Luna en 2007. Afin de redéfinir ses pratiques quotidiennes et d'en expulser certains collectifs, la rénovation transforma profondément la place et la laissa lisse, nivelée, diaphane et entièrement visible depuis toutes les positions. Cette reconstruction panoptique (Foucault, 2009), renforcée par un éclairage nocturne constant, l'absence importante d'ombre durant la journée et l'installation de durs bancs en pierre, s'oriente clairement vers le contrôle des populations et la dissuasion de modes d'animation autres que celui entrepreneurial.
- 12 Une seconde stratégie accompagne la première : la sécurisation de l'espace public. Encore une fois c'est sur la plaza Luna que l'exemple est le plus flagrant. En l'espace de deux ans après la rénovation, le processus de contrôle s'intensifie avec l'installation de cinq caméras de surveillance sur la place et de treize supplémentaires dans les rues adjacentes. De plus, en 2010 la police municipale inaugure un imposant commissariat dans le plus grand bâtiment présent sur la plaza Luna, apportant au passage ses cinq caméras de surveillance additionnelles. Cette image d'ultra-sécurisation s'oppose radicalement à la situation de la plaza del Dos de Mayo qui reçoit uniquement et sporadiquement la visite d'unités de police municipale pour dissuader la consommation d'alcool dans l'espace public. Bien que l'on pourrait penser que ces mécanismes de contrôle visent simplement la prévention du crime, Smith (1994, p.495) signale judicieusement que « les supposés

intérêts publics que la criminalisation prétend servir sont pour le moins douteux. » En effet, la régulation des comportements est aussi une régulation de la signification ultime de l'espace, poursuivant la projection d'un paysage urbain concret et internationalement attractif, basé sur une animation réglée et profondément commerciale qui bénéficie de ce contexte aseptisé.

- 13 Ces quelques exemples permettent d'entrevoir comment une gestion et gouvernance urbaines entrepreneuriales menées au niveau municipal se traduisent au quotidien au sein du quartier de Malasaña. Les diverses pratiques et dynamiques liées à cet entrepreneuralisme urbain poursuivent clairement l'établissement d'une gestion et d'un remodelage particuliers de l'espace public, leur permettant de rendre ce dernier exclusif face à certains groupes sociaux mais aussi à certains types d'animation, face aux « outsiders » et leurs pratiques (Elias & Scotson, 1997). L'animation hégémonique que prétend instaurer l'entrepreneuralisme urbain est ouvertement mercantile, gérée et proposée par le secteur privé tandis qu'impulsée et facilitée par le gouvernement municipal. Il ne fait nul doute que ce choix d'animation contient un fort positionnement et une importante signification sociale, politique, culturelle et économique. Que ce soit dans sa dimension proactive ou réactive, l'objectif est ostensiblement celui de redéfinir l'espace public dans tous ses aspects afin de protéger et améliorer le potentiel productif et la compétitivité internationale de l'espace urbain. Finalement, d'importantes différences s'observent entre les deux places publiques étudiées. Tandis que la plaza Luna se trouve au cœur de nombreuses dynamiques entrepreneuriales, et donc d'animations mercantiles et de sécurisation, la plaza del Dos de Mayo se maintient plus en marge de ces processus et de leur mode d'animation. Pourquoi ces différences existent-elles ? Pourquoi la plaza del Dos de Mayo échappe-t-elle en partie à ce modèle de gestion et d'animation qui paraît être exponentiel au point d'être hégémonique dans la capitale espagnole ? C'est à ces questions que j'apporte des éléments de réponses en mobilisant les notions de géographie culturelle que sont les « sens du lieu » et l'« imaginaire urbain ».

Sens du lieu et imaginaires urbains confrontés

- 14 L'objectif ici est donc de reconstruire et de présenter les sens du lieu construits et expérimentés par les groupes sociaux étudiés vis-à-vis de ces deux places, ceci afin de souligner leur rôle dans le déploiement de modes d'animation concrets de l'espace public. Les jeux d'acteurs analysés au cours de la recherche sont ceux qui participent des processus ou tentatives de re-signification des places étudiées. Ils seront ici appréhendés selon deux variables croisées : le type d'activité (associationnisme, activisme politique sans forme légale, activité commerciale, prostitution) et la relation au quartier (acteurs de quartier ou d'activités le dépassant). Grâce à des entretiens réalisés avec leurs représentants au sujet de leurs positions collectives, cet article traite principalement des groupes suivants : l'Asociación Ciudadana del Barrio de Universidad (ACIBU)⁴, l'Asamblea Popular del Barrio de Malasaña (APBM)⁵, le collectif Hetaira⁶, l'Asociación de Comerciantes Triball⁷, les commerces de proximité, le centre social autogéré Patio Maravillas⁸ et la plateforme Anti-Triball⁹.
- 15 Au travers des actions et discours spécifiques de ces acteurs, je m'intéresse particulièrement aux « sens du lieu » qu'ils construisent et ressentent. Concept construit et utilisé par la géographie culturelle afin de dépasser l'approche purement matérielle des relations spatiales, le sens du lieu permet d'explorer l'expérience spatiale individuelle

ou collective soulignant ainsi l'importance des sentiments, émotions et significations dans la production des lieux (Massey, 1993 ; Rose, 1995 ; Cresswell, 1996). Les dimensions immatérielles de l'espace vécu-conçu depuis la subjectivité émotionnelle s'organisent et se regroupent en imaginaires urbains ; ceux-ci à leur tour soutiennent l'appropriation symbolique de l'espace et se matérialisent dans les interactions entre espace et individus (Lindón, Hiernaux & Aguilar, 2006). Ces manières de sentir et de penser les lieux influencent grandement les pratiques spatiales quotidiennes et peuvent même se révéler fondamentales pour la construction identitaire individuelle ou collective. Les imaginaires urbains détiennent un clair potentiel performatif étant donné qu'ils projettent un horizon possible du réel et de l'espace physique-matériel. Différents acteurs peuvent donc chercher à mobiliser et matérialiser leurs propres imaginaires, lesquels jouent ainsi un rôle crucial dans les processus de construction, transformation et animation des espaces. Étant donné l'essentielle diversité des sens du lieu ainsi que des imaginaires urbains, ceux-ci se transforment en outils de luttes et tensions primordiales dans la production du lieu (Rose, 1995 ; Cresswell, 1996). Ces différentes expériences et constructions s'affrontent et s'expriment jusqu'à devenir hégémoniques, étant ainsi profondément liées à la territorialité, aux inégalités sociales et aux relations de pouvoir.

- 16 Il s'agit donc d'étudier et d'établir les principales relations quotidiennes, politiques, économiques et symboliques existantes entre les groupes sociaux et les espaces publics en question. Pour ce faire, je propose une reconstruction des sens du lieu grâce aux conclusions de l'observation participante, des entretiens et de l'analyse de contenus de divers supports de communication. Ce processus, renforcé et approfondi par les résultats du questionnaire réalisé auprès du secteur commercial, permet finalement d'établir une certaine prédominance entre les sens du lieu déployés autour d'une même place et de dévoiler le rôle de ces derniers dans le développement de l'entrepreneuralisme urbain à Madrid.

Rénovations matérielles : reconstruction des imaginaires et usages quotidiens

- 17 Les deux places étudiées ont subi d'importants projets de rénovation de leur espace physique-matériel pendant la période analysée. La réhabilitation de la plaza del Dos de Mayo en 1994 a introduit la piétonisation et les aires de jeux, tout en déplaçant la présence de personnes réunies par la drogue (trafiquants et consommateurs) précédemment très nombreuses. Une fois dissipés les sentiments d'insécurité et de répulsion existants à son égard pendant les années 1980 et début 1990¹⁰, aujourd'hui de nombreuses personnes se rendent sur la place pour y passer de longs moments pendant lesquels elles profitent de plusieurs activités. Effectivement, la plaza del Dos de Mayo est toujours très fréquentée et les personnes y déploient de multiples usages : jeux d'enfants, sport, lecture, repos, tourisme, consommation aux terrasses, *botellón*... Du point de vue spatial, la totalité de la place se trouve constamment animée, que ce soit sa partie centrale évidée ou sa périphérie où se trouvent les aires de jeux, les terrasses et les nombreux arbres et espaces verts. Toutes ces activités ont bénéficié de la réhabilitation matérielle et tous les groupes interrogés soulignent l'importance de cet espace public comme lieu central de rencontre et réunion dans la quotidienneté du quartier. Cette réalité d'une place partagée entre voisins, usagers et commerçants, un espace public où les usages et animations cohabitent et se concilient, fait que la plaza del Dos de Mayo

apparaît comme une « place aimable » (ACIBU, juillet 2015) dans l'imaginaire urbain de ces collectifs.

- 18 *A contrario*, les insatisfactions et critiques du remodelage de la plaza Luna en 2007 furent nombreuses, et peuplent encore aujourd'hui les imaginaires urbains des résidents. Partant d'un contexte de stigmatisation et de dégradation similaire à celui présent sur el Dos de Mayo avant 1994, cette rénovation laissa une place indéterminée qui ne semble pas pensée pour les usagers et l'interaction sociale. La restauration de l'ordre et du contrôle social semblait être ici l'unique objectif, marqué par une réhabilitation absente de participation citoyenne dont le résultat est souvent qualifié de « place dure » (ACIBU, juillet 2015), comme on peut aisément l'observer : sous-utilisation de l'aire de jeux, manque important de mobilier, d'espaces verts et d'ombre, dénivellations rendant l'accès difficile... À ces obstacles matériels s'ajoute la considérable animation commerciale de la place qui oblige les usagers à réajuster leurs pratiques quotidiennes autour de cette occupation de l'espace. La combinaison de tous ces éléments finit par en faire une place essentiellement de transit sur laquelle les activités commerciales et publicitaires occupent la centralité (tant spatiale que symbolique) tandis que les animations et dynamiques quotidiennes des résidents et usagers habituels sont reléguées à la périphérie.

L'animation comme catalyseur des sens du lieu

- 19 La prédominance des usages et animations à caractère commercial sur la plaza Luna est directement liée à l'implantation locale d'un nouvel acteur peu après la rénovation de 2006. Il s'agit de Triball SL qui fut d'abord un cabinet d'architecture centré sur la réhabilitation avant de se convertir en véritable agence immobilière avec un objectif clair : mener une complète re-signification de la plaza Luna et ses rues adjacentes en promouvant son propre sens du lieu. Opérant uniquement dans le quartier de Malasaña, cette entreprise privée capitalise la dégradation et l'abandon de la zone entourant la place afin d'acheter plusieurs bâtiments et locaux et de les louer à de nouveaux commerces dans l'objectif annoncé de « récupérer le quartier grâce au commerce ». Toujours dans cette optique, elle crée l'Asociación de Comerciantes Triball dans le but de « récupérer la capacité d'attraction de la zone et d'impulser une offre commerciale de qualité et distinctive. »¹¹ Les objectifs de cet acteur sont donc clairement la construction d'une nouvelle image, d'une nouvelle marque pour la zone affectée et donc d'un nouvel imaginaire urbain, de nouvelles relations spatiales et d'un nouveau sens du lieu. Triball convertit la plaza Luna en espace phare de cette re-signification spatiale et revitalisation commerciale en grande partie grâce à l'organisation de nombreux événements publicitaires et mercantiles. C'est ainsi que de nombreuses animations lucratives se déploient sur la partie centrale de la place (marchés de Noël, foires, patinoires mobiles, campagnes publicitaires), empêchant et décourageant l'organisation d'autres animations sociales, politiques ou culturelles. Malgré les critiques d'Anti-Triball face à ce qui est identifié comme une « privatisation » et « colonisation de l'espace public »¹², le projet trouve un soutien partiel dans le secteur privé de la place qui évolue vers un profil d'établissements en majorité récents, propriétés de non-résidents et orientés vers les services individualisés et spécialisés¹³. Ces transformations au sein du secteur privé de la zone ont fortement influencé la composition des usagers qui se rendent sur la place ainsi que la périodicité de leurs visites. L'alignement de Triball avec la position municipale

facilite ici le triomphe d'un sens du lieu profondément lié au commerce, au tourisme et à une nouvelle image de marque, malgré l'exclusion et frustration d'acteurs historiquement liés à cette place comme les résidents et les travailleuses du sexe. Cette re-signification favorisée par une alliance publique-privée fut telle qu'aujourd'hui encore l'Office de Tourisme madrilène renomme le quartier « Malasaña-Triball »¹⁴. Le manque d'animation qu'ils observent sur la plaza Luna, ou plutôt le fort monopole de type commercial, amène cependant les résidents et activistes à la concevoir comme un « désert » (APBM, avril 2015) en raison de l'absence de lien social qui y règne.

- 20 La plaza del Dos de Mayo est quant à elle, depuis des décennies déjà, un symbole important de l'identité culturelle et de quartier créée autour des surnoms de « Malasaña » ou « Maravillas ». Le premier fut fortement lié au mouvement contre-culturel de la *movida*¹⁵, tandis que le second vient de la dénomination officielle du quartier au XVIII^e siècle et reflète ainsi la reconnaissance d'un lien local historique. Aujourd'hui, la plaza del Dos de Mayo s'identifie toujours à la vie nocturne, la jeunesse, la contre-culture et l'*underground*, étant maintenant une référence pour les sous-cultures urbaines *hipster* ou *bobos*¹⁶. En effet, on trouve plusieurs commerces typiquement liés à ces courants culturels qui capitalisent l'identité « *malasañera* », mais aussi de nombreux établissements qui arborent des noms faisant référence aux surnoms historiques du quartier. Ces observations sont des indices du profond sentiment d'appartenance que ressentent une grande partie des acteurs du secteur commercial de la place avec ce lieu chargé de références symboliques. Cette importance symbolique apparemment partagée par tous les acteurs présents sur la place en fait indubitablement un des espaces publics les plus animés du quartier au regard des nombreux événements, concentrations et activités sociales, politiques ou culturelles qui s'y déroulent. En effet, il s'agit d'un lieu hautement significatif dans les agendas et revendications de nombreux collectifs. Durant les mois d'observation, une longue liste d'animations de ce type se déroule sur la place : assemblées de l'APBM, fêtes autogérées de Malasaña, 4^e anniversaire du 15-M, concentration contre l'expulsion du centre social occupé Patio Maravillas ainsi que plusieurs activités culturelles de ce dernier. Cette animation politico-culturelle est partie prenante de la définition de la plaza del Dos de Mayo dans les imaginaires urbains. C'est donc une relation profonde et consciente entre espace public et groupes sociaux qui s'y développe, amenant à affirmer que pour « n'importe quel événement que quelqu'un veut faire dans le quartier, il doit aller au Dos de Mayo, c'est LA place. » (APBM, avril 2015). De ce fait, pour de nombreuses organisations politiques et culturelles (légal ou non, du quartier ou non) cet espace prend sens aussi comme lieu clé dans le déroulement de leurs activités, apportant ainsi leurs propres modes d'animation, ce qui leur permet de se l'approprier aisément.

Imaginaire partagé versus diversité des sens du lieu

- 21 Tandis qu'autour de la plaza del Dos de Mayo apparaissent un imaginaire, un sens du lieu et une importance symbolique en grande partie partagés et relayés par tous ses usagers habituels, les sens du lieu de ces mêmes groupes sociaux vis-à-vis de la plaza Luna dévoilent des imaginaires contraires et bien souvent en opposition. Avant sa rénovation et l'arrivée de Triball, la plaza Luna existait dans de nombreux imaginaires urbains principalement du fait de sa relation avec le cinéma Luna situé dans un des bâtiments les plus emblématiques de la place. Cependant, sa fermeture en 2005 a fait disparaître cette

importance symbolique qu'arborait la place, ainsi que les pratiques et usagers liés à cette animation spécifique. Cette perte de signification spatiale fut ressentie par de nombreuses personnes, résidentes du quartier ou non, et impliqua même dans certains cas la disparition de toute relation avec cet espace public : « La plaza Luna a toujours été une référence au cinéma. [...] Finalement, quand il a fermé, on a perdu la référence et c'est comme si la place arrêta d'exister. » (APBM, avril 2015) Le cinéma fut reconverti en « gymnase de luxe » et ce modèle de récupération aveugle à la dimension socioculturelle est fortement critiqué par les résidents du quartier. ACIBU proposa sans succès une gestion et animation citoyennes du bâtiment lorsqu'il était vide afin de sauvegarder le caractère culturel de la place. Pour beaucoup d'anciens usagers de la plaza Luna, le cinéma était un outil central dans sa conversion en lieu significatif et sa fermeture représenta l'effondrement de cet espace comme lieu dans certains imaginaires urbains. Profitant de l'annonce en 2006 du projet de remodelage de la place, ACIBU tenta de reconstruire un sens du lieu qui s'efforça d'unir les habitants du quartier autour d'une position critique face à la Mairie, ceci afin d'obtenir une rénovation en accord avec leurs nécessités et désirs. Pendant plus d'un an, ils se consacrèrent à essayer de construire un sentiment d'appartenance à la plaza Luna, centré fondamentalement sur sa défense et son amélioration. Un projet de réhabilitation alternatif fut présenté – « la plage de Luna » proposait l'installation de sable, de jeux aquatiques et d'une zone wifi – et de nombreuses manifestations et concentrations furent convoquées sur la place pour le défendre. Cependant, ces mobilisations furent largement ignorées par l'administration publique et la déception créée par cette défaite politique impliqua l'abandon progressif de la plaza Luna.

- 22 À ces sens du lieu culturel et de quartier s'ajoute celui de la population « marginale » présente sur la plaza Luna. Cette place est notamment une zone historique de prostitution et continue de l'être malgré la réhabilitation de 2007. L'étude des pratiques et revendications du collectif Hetaira permet de dévoiler l'important sentiment d'appartenance à ce lieu que ressentent de nombreuses travailleuses du sexe. En plus d'une relation marquée par la quotidienneté et l'activité professionnelle, un grand nombre d'entre elles résident dans le quartier et se sentent d'autant plus identifiées avec la place. Face à la rénovation qui cherchait en partie à les déplacer, elles mobilisèrent leur sens du lieu spécifique au travers de plusieurs actions et performances politiques, revendiquant leur appartenance à la place, leur désir d'y demeurer et leur prédisposition à la partager avec le reste des usagers. « Ça fait longtemps qu'on est ici nous aussi, on veut participer au remodelage qui existe dans le quartier, on veut être prises en compte, on ne s'en ira pas si facilement. » (Hetaira, avril 2015) Ainsi au moins une partie des travailleuses du sexe a construit un sens du lieu particulier à l'égard de la plaza Luna mais celui-ci est très généralement érudé étant donné l'image d'insécurité et de dégradation associée à ce groupe social, à son manque de ressources politiques et de légitimation comme interlocuteur ou promoteur d'animation. Finalement, le sens du lieu construit et promu par Triball vint s'ajouter à cette pluralité déjà présente sur la plaza Luna. Son affinité avec le projet municipal entrepreneurial explique en grande partie qu'il fut capable de remporter la lutte symbolique entre divers imaginaires contraires, et parfois contradictoires, articulés autour de la plaza Luna. Une lutte qui, sur la plaza del Dos de Mayo, paraît être remplacée par des dynamiques d'entente mutuelle, d'imaginaires partagés et de négociations des usages et de l'espace.

De l'appropriation sociale au triomphe de la re-signification entrepreneuriale

- 23 Face à la multiplicité des relations observées, on peut facilement affirmer que la plaza del Dos de Mayo est centrale dans les imaginaires urbains de nombreux résidents du quartier, de différents groupes d'activistes politiques et d'un certain secteur de commerçants (de proximité ou liés à la contre-culture). Malgré les légères variations entre les différents sens du lieu articulés, selon le groupe qui les construit, un noyau commun apparaît clairement : la réunion harmonieuse des activités et la négociation de l'espace entre ses propres usagers (diversité des usages et coexistence, espace de quartier et touristique, équilibre entre pratiques commerciales et non lucratives). Le sens du lieu prédominant est donc partagé par la majorité des acteurs présents sur la place et donne lieu à une animation essentiellement citoyenne et plurielle, plus ou moins légale et institutionnalisée, organisée autour d'une négociation frôlant l'autogestion, loin de l'entrepreneuralisme urbain. Les lectures et expériences spatiales que développent ces acteurs débouchent sur un fort lien identitaire et un important sentiment d'appartenance à la plaza del Dos de Mayo. Ce fort imaginaire urbain partagé les amène également à revendiquer sa défense face aux processus qui pourraient la transformer radicalement sans prendre en compte l'opinion de ses usagers quotidiens : « C'est notre place et nous la considérons ainsi [...] s'ils font la même chose qu'à Luna au Dos de Mayo ça va s'envenimer très vite. [...] Cette place est de tous ceux qui sommes ici au quotidien et ces voyous vont pas venir ici pour faire je ne sais quoi. » (APBM, avril 2015)
- 24 À l'inverse, la plaza Luna apparaît comme un espace public conflictuel et longtemps abandonné par l'administration locale, qui fut l'objet d'intenses disputes autour de sa re-signification. Ces différentes lectures de l'espace public donnent pour résultat de multiples sens du lieu, parfois en confrontation directe. Chacun d'entre eux propose et promeut son propre mode d'animation pensé pour cet espace public, transformant ainsi la lutte entre sens du lieu en une lutte entre modes d'animation. La fermeture du cinéma et la défaite politique des mobilisations des résidents et activistes ont transformé la plaza Luna en contre-exemple au regard de ces acteurs, tandis que même si le sens du lieu des travailleuses du sexe persiste leur manque de ressources politiques complique fortement sa mobilisation. C'est donc le sens du lieu construit par Triball et relayé par plusieurs commerçants de la zone qui est devenu prédominant, grâce en partie à sa confluence avec les intentions et objectifs de la Mairie. L'animation prépondérante de la plaza Luna est donc avant tout commerciale et fortement liée à l'entrepreneuralisme urbain, facilitée par la conception et construction d'un espace pensé dans cette optique. Toute animation alternative – qu'elle soit culturelle, de quartier ou liée à la prostitution – se voit ignorée ou évincée des processus de négociation et de gestion de cet espace public. Au cours des dernières années, ce type d'animation a progressivement disparu, déplacé ou marginalisé par l'omniprésence d'une gestion entrepreneuriale et de son mode d'animation spécifique.

Conclusion

- 25 Il apparaît donc que ces deux places publiques sont façonnées par deux réalités profondément différentes, matérialisées par deux manières distinctes de concevoir

l'animation. Cette première conclusion est indubitablement liée à l'expansion de l'entrepreneuralisme urbain à Madrid pendant les deux dernières décennies. En effet, celui-ci n'est pas seulement un mode de gestion de l'espace urbain destiné à augmenter sa capacité productive, sa potentialité lucrative et son rayonnement international. Cet article souligne précisément que son influence envers l'espace public va au-delà de la gestion : l'entrepreneuralisme urbain possède et articule son propre mode d'animation, lequel est une dimension centrale à la fois de son développement et de ses objectifs. Cette situation est parfaitement observable sur la plaza Luna où l'animation recherchée n'est autre que commerciale et publicitaire, une prédominance privilégiée par la production d'un espace public « *close-minded* » (Walzer, 1986). À l'inverse, la plaza del Dos de Mayo, plus extérieure aux processus et dynamiques entrepreneuriaux, arbore une animation de caractère fondamentalement citoyenne et plurielle.

- 26 En s'appuyant sur les catégories analytiques de la géographie culturelle, cet article avance une deuxième conclusion concernant le développement inégal de l'entrepreneuralisme urbain et de son mode d'animation spécifique. La prédominance d'un mode d'animation s'explique en partie par les sens du lieu mobilisés et le résultat des conflits potentiels entre ces derniers. Au travers de profonds processus d'autodéfinition ou de contre-identification centrés sur un espace concret, les sens du lieu facilitent et permettent certains modes d'animation. Sur la plaza Luna, l'« identification contre un lieu » (Rose, 1995) et l'abandon symbolique expérimentés par les résidents et activistes, renforcés par la construction d'un sens du lieu commercial par Triball, débouche sur une configuration et une animation entrepreneuriales de l'espace public. Si bien que les résidents et activistes déploient un sens du lieu négatif concernant la plaza Luna – lequel joue par ailleurs un rôle important dans le triomphe de la re-signification entrepreneuriale – les mêmes acteurs mobilisent un imaginaire urbain partagé autour d'un fort sentiment d'appartenance à la plaza del Dos de Mayo, la convertissant ainsi en lieu central dans leur processus d'autodéfinition. Cet article montre donc que l'entrepreneuralisme urbain peut être facilité ou entravé par la construction et mobilisation de sens du lieu organisés en imaginaires urbains, qui eux-mêmes se matérialisent en modes d'animation propres. Le développement de l'entrepreneuralisme urbain semble donc dépendre, tout du moins en partie, du sens du lieu prédominant concernant un espace donné, de l'identité de ceux qui le construisent et l'expérimentent, et de la nature de leur construction discursive de l'espace.
- 27 Finalement, l'entrepreneuralisme urbain étant avant tout un modèle de gouvernance, une autre différence apparaît en lien avec son influence sur le déploiement de l'animation : une animation placée sous le signe hégémonique de l'entrepreneuralisme est généralement le résultat d'une configuration bilatérale entre administration publique et secteur privé, tandis qu'en l'absence de son empreinte les processus de négociation seront plus nombreux et variés. En effet, les conséquences politiques au sein du modèle de gouvernance urbaine dues à l'expansion de l'entrepreneuralisme sont rendues visibles par la comparaison des deux espaces publics étudiés : faible participation citoyenne profondément inégale, passive et individualisée ; prédominance des partenariats public-privé ; ségrégation des acteurs dans l'accès aux processus de négociation. Ce modèle de gouvernance profitable au secteur des entreprises engendre un évident déséquilibre dans la capacité de négocier la gestion et l'animation de l'espace public, une inégalité soulignée unanimement par tous les groupes interrogés. Face à cette situation, cet article expose comment le déploiement des sens du lieu et la mobilisation politique des imaginaires

urbains peuvent forcer à la négociation multilatérale dans la gestion de l'espace public. Le cas de la place du Dos de Mayo s'oppose à celui de Luna et démontre qu'une construction et une mobilisation à succès d'un sens du lieu peuvent obliger à l'ouverture des processus de négociation fondamentaux dans la configuration de tout espace (Lefebvre, 1968 ; Zukin, 1995). Cette double réalité atteste du comportement ambivalent et de l'écoute spatialisée du gouvernement municipal vis-à-vis de la participation citoyenne, une particularité qui répond à son désir de protéger les intérêts entrepreneuriaux là où il les a développés.

- 28 Cependant, même s'il est vrai que la gestion et animation de l'espace public madrilène dépend de l'action municipale comme de l'expansion entrepreneuriale, de nombreuses alternatives sociopolitiques se sont développées pendant les vingt dernières années et questionnent fortement la redéfinition de multiples espaces urbains en espaces productifs de l'entrepreneuralisme urbain. Grâce à la mobilisation de sens du lieu construits à différentes échelles (place publique, quartier, ville...), des acteurs para-institutionnels cherchent à contester et réduire l'entrepreneuralisme ainsi qu'à défendre un autre type de gestion de l'espace public. La sensation d'autogestion exprimée par tous les groupes interrogés qui investissent au quotidien la place du Dos de Mayo est un exemple significatif de ces divers processus de participation citoyenne qui naissent à Madrid, sans impulsion du gouvernement local ni forme légale. Cette réponse depuis l'« hétérotopie » (Foucault, 1984) face à une gouvernance exclusive et verticale se matérialise par l'existence de centres sociaux occupés, d'assemblées de quartier issues du mouvement des Indignés, de collectifs écologistes ou défenseurs du droit à la ville. Dans cette lutte croissante pour la re-signification et redéfinition de l'espace public, l'animation est un outil central. À la fois recours de contestation et objectif final projeté et défendu, l'animation est une des clés de la confrontation observée entre deux types de configuration spatiale, entre deux modèles d'urbanité. Entre « valeur d'échange » et « valeur d'usage » (Lefebvre, 1968), entre « politique de l'espace » et « politique du territoire » (Harvey, 1989), les tensions sont continues et la réification des imaginaires urbains en modes d'animation concrets s'est ici révélée décisive. La récente victoire électorale d'*Ahora Madrid* fin mai 2015 laisse présager une probable reconfiguration de ces luttes, voire l'institutionnalisation de nouveaux modèles de gestion et d'animation de l'espace public, qu'il sera intéressant d'analyser.

BIBLIOGRAPHIE

- Ardura, Álvaro. 2014. Madrid. Espacio Público Confiscado. La Privatización y Resignificación Del Espacio Público en Los Procesos de Transformación Material de las Plazas del Centro de Madrid. *XIII Coloquio Internacional de Geocrítica*. 5-10 mai 2014. Barcelona.
- Beaverstock, Jonathan ; Taylor, Peter & Smith, Richard. 1999. A roster of world cities. *Cities*. vol 16, n° 6, p. 445-458.
- Cresswell, Tim. 1996. *In Place/Out of Place: Geography, Ideology and Transgression*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

- Elias, Norbert & Scotson, John. 1997. *Logiques de l'exclusion*. Paris : Fayard.
- Foucault, Michel. 1984. Des espaces autres. *Architecture, Mouvement, Continuité*. n° 5, p. 46-49.
- Foucault, Michel. 2009. *Vigilar y castigar*. Madrid: Siglo XXI.
- García, Eva. 2014. Gentrificación en Madrid: de la burbuja a la crisis. *Revista de Geografía Norte Grande*. vol 58, p. 71-91.
- García, Eva & Molina, Patricia. 2010. De la gestión urbana al empresarialismo en la ciudad de Madrid. *Boletín CF+S*. vol 44, p. 79-83.
- Harvey, David. 1989. From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism. *Geografiska Annaler, Series B, Human Geography*. vol 71, n° 1, p. 3-17.
- Kotler, Philip ; Haider, Donald & Rein, Irving. 1993. *Marketing Places*. New York: The Free Press.
- Lefebvre, Henri. 2009 [1968]. *Le Droit à la ville*. Paris : Anthropos.
- Lindón, Alicia ; Hiernaux, Daniel & Aguilar, Miguel (eds.). 2006. In : *Lugares e Imaginarios en la Metrópolis*. Barcelone : Anthropos Editorial.
- Mairie de Madrid. 2013. *Ordenanza de Terrazas y Quioscos de Hostelería*. Madrid.
- Massey, Doreen. 1993. Power Geometry and a Progressive Sense of Place. In : Bird, John *et al.* (eds). *Mapping the Futures: Local Cultures, Global Change*. New York: Routledge. p. 59-69.
- Mitchell, Don. 1997. The Annihilation of Space by Law: The Roots and Implications of Anti-Homeless Laws in the United States. *Antipode*. vol 29, n° 3, p. 303-335.
- Observatorio Metropolitano. 2007. *Madrid, ¿la suma de todos? Globalización, territorio, desigualdad*. Madrid : Traficantes de sueños.
- Rose, Gillian. 1995. Place and identity: a sense of place. In : Massey, Doreen & Jess, Pat (eds). *A Place in the World? Places, Cultures and Globalization*. Oxford: Oxford University Press. p. 87-132.
- Smith, David. 1994. A theoretical and legal challenge to homeless criminalization as public policy. *Yale Law and Policy Review*. vol 12, p. 487-517.
- Smith, Neil & Low, Setha (eds). 2006. *Politics of Public Space*. London: Routledge.
- Walzer, Michael. 1986. Public space: pleasures and costs of urbanity. *Dissent*. vol 33, p. 470-475.
- Zukin, Sharon. 1995. *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell.

NOTES

1. Réunions nocturnes de jeunes afin de se retrouver et de consommer des boissons alcoolisées dans l'espace public, entraînant généralement des problèmes de voisinage.
2. Cette recherche fut menée dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de Master en Analyse Politique à l'Université Complutense de Madrid.
3. Disponible sur : <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/02/04/madrid/1265273755.html> (consulté le 24 avril 2016).
4. Association de voisins du quartier de Malasaña, fondée en 2003.
5. Une des assemblées décentralisées organisées dans l'élan du « mouvement des Indignés », créée en 2011.
6. Collectif fondé en 1995, consacré à la défense des droits des travailleuses du sexe et dont l'unique local a toujours été situé à Malasaña.

7. Association de commerçants créée en 2008 et qui se consacre à la revitalisation du quartier.
 8. Centre social autogéré, occupé et ouvert en 2007 qui a toujours été situé dans le quartier de Malasaña.
 9. Plateforme de collectifs et activistes, active entre 2008 et 2011, opposée au modèle de revitalisation proposée par Triball.
 10. Cette affirmation est le fruit des conversations et entretiens avec des voisins, usagers et commerçants de la place qui vécurent les deux époques.
 11. Disponible sur : <http://www.triballmadrid.com/s.asp?s=41534F43&sm=41534F435F515545&l=ES/> (consulté le 24 avril 2016).
 12. Disponible sur : <https://antitriball.wordpress.com/> (consulté le 24 avril 2016).
 13. Les résultats du questionnaire montrent qu'à Luna, 15% des établissements ont plus de 15 ans d'ancienneté (face à 41% au Dos de Mayo), 10% des propriétaires sont résidents du quartier (face à 46%) et 33% sont des commerces de proximité (face à 77%).
 14. Disponible sur : <http://www.esmadrid.com/barrios-de-madrid/malasana-triball/> (consulté le 24 avril 2016).
 15. Mouvement contre-culturel d'origine madrilène qui se propagea dans tout le territoire national. Proche des courants européens de la nouvelle vague et du punk de l'époque, il s'exprima au travers d'une importante et diverse production culturelle depuis la fin des années 1970 jusqu'à la fin des années 1980.
 16. Disponible sur : http://ccaa.elpais.com/ccaa/2016/04/28/madrid/1461870119_769320.html/ (consulté le 24 avril 2016).
-

RÉSUMÉS

Cet article vise à questionner l'entrepreneuralisme urbain comme mode d'animation hégémonique de l'espace public en observant la réalité quotidienne, sociale, politique et matérielle de deux places publiques du centre-ville de Madrid : la plaza del Dos de Mayo et la plaza Luna. Étudiant les pratiques spontanées et ritualisées, légales et a-légales ou illégales, politisées et quotidiennes, cet article met en évidence les conflits existants autour de l'animation entrepreneuriale de l'espace public. Grâce à l'analyse de plusieurs sens du lieu, construits et expérimentés par les divers groupes étudiés, l'auteur ébauche ici les contours d'une confrontation ayant pour objet la re-signification des places publiques en question. Sont exposées tout d'abord les différentes dynamiques entrepreneuriales présentes sur le territoire étudié et liées à la gestion de l'espace public, interrogeant les objectifs qui les motivent. Il s'agira ensuite de reconstruire les sens du lieu existants autour des deux places étudiées, exposant ainsi des imaginaires urbains confrontés et diverses formes de contestation du mode d'animation entrepreneurial. Finalement, cet article rend compte des conséquences du développement exponentiel de pratiques entrepreneuriales présentes sur deux places publiques madrilènes, ainsi que des enjeux qu'elles représentent pour l'urbanité, la gouvernance et la vie urbaine du centre-ville de la capitale espagnole.

This paper questions the urban entrepreneurialism as a hegemonic mode of animating public space. It does so by observing the daily social, political and material reality of two public squares in downtown Madrid: Plaza del Dos de Mayo and Plaza Luna. On the basis of a study of spontaneous and ritualised practices, legal, a-legal or illegal and political or daily ones, this paper

highlights the existing conflicts relating to entrepreneurial animation of public space. Building on the analysis of several senses of place constructed and experienced by the groups that were studied, I sketch the outlines of efforts aimed at re-signification of these public squares. First, I describe different entrepreneurial dynamics that can be observed in the studied territory and linked to public space management. I also question their basic goals. Then, I reconstruct the senses of place that exist for the two public squares. This process allows the unveiling of opposed urban imaginaries and several ways in which the entrepreneurial mode of animation is contested. Finally, this paper addresses the consequences of exponential development by entrepreneurial dynamics in these two public squares, but also the stakes they represent for Madrid downtown urban renewal, governance and urban life.

INDEX

Mots-clés : Entrepreneuralisme urbain, sens du lieu, animation, espace public, Madrid

Keywords : Urban entrepreneurialism, sense of place, animation, public space, Madrid

AUTEUR

VALENTIN CLAVÉ-MERCIER

Étudiant en doctorat de Sciences Politiques à l'Université Complutense de Madrid, Valentin Clavé-Mercier est affilié au département de Science Politique III – Théorie et Formes Politiques et Géographie Humaine. Il mène actuellement sa recherche doctorale, centrée sur les (re)configurations politico-spatiales liées à la revendication et mobilisation de la souveraineté indigène en Nouvelle-Zélande, au sein du groupe de recherche de Géographie Politique. Il a précédemment travaillé diverses thématiques en lien avec les études urbaines, comme le droit à la ville, la production de globalité, la compétition interurbaine globale ou l'entrepreneuralisme urbain.

vclave@ucm.es