

**Etude qualitative
« Dimension métropolitaine
des Halles »**

Synthèse et Rapport Final

BVA

52 rue Marcel Dassault
92100 BOULOGNE
Tél. : 01 71 16 88 00
Fax : 01 71 16 88 01

Contact BVA :
Marie Christine PRIER
01 71 16 88 25
marie-christine.prier@bva.fr

Ville de Paris

Mary SENKEOMANIVANE

Pro-Développement / Véronique GRANGER

Ville Ouverte / Gwenaëlle D'ABOVILLE

20 Novembre 2009

Sommaire

	Pages
Objectifs de l'étude	3
Méthodologie	4
Préambule	5
Synthèse	6 - 9
Préalable sur la représentation des Halles	10 - 13
Partie 1 – Image et usages des Halles	14 - 29
Partie 2 – Les attentes spontanées d'évolution des Halles	30 – 46
Partie 3 – Accueil du projet de rénovation des Halles – Attentes exprimées	47 - 78

Objectifs de l'étude

Dans le cadre du projet de rénovation des Halles, l'institut BVA a été chargé de réaliser une étude afin d'« *identifier les besoins spécifiques des usagers métropolitains et les besoins suscités par un espace métropolitain* ».

Il s'agissait :

- de comprendre le mode de fonctionnement des usagers métropolitains à l'égard de l'espace public des Halles,
- d'identifier les fondements de leurs motivations et freins à la fréquentation des Halles,
- d'étudier leurs attitudes et comportements actuels au sein de l'espace public des Halles,
- de cerner les perceptions et représentations de l'espace,
- de dresser un état des lieux des déficits rencontrés,
- de cerner les attentes et besoins convergents et divergents des différents groupes d'usagers métropolitains,
- et de définir des axes de travail permettant d'aboutir au concept d'espace public des Halles "idéal".

On appelle Métropolitaine toute personne dont les pratiques de déplacement, d'habitat et de consommation se situent dans une métropole, dans ce cas il s'agit approximativement de la Région Ile de France.

Méthodologie

- 4 focus-group réunissant chacun 5 à 6 répondants d'une durée de 3 heures :

- 1 groupe de clients
- 1 groupe de voyageurs
- 1 groupe de riverains
- 1 groupe de jeunes (de 17 à 24 ans)

- 15 entretiens individuels en face à face d'une durée de 45 mn à 1 heure :

- 4 commerçants
- 4 salariés
- 4 touristes (2 français et 2 étrangers)
- 3 personnes à mobilité réduite (âgées ou handicapées)



Critères de recrutement :

Panachage en termes de sexe (féminin/masculin), âge (junior/adulte/senior), csp (modeste/moyenne/supérieure), statut marital, fréquence d'utilisation du lieu (régulier/occasionnel), origine géographique (résidant à Paris ou hors Paris).



Préambule

Il est important de noter que même si des profils de recrutement ont été définis et que chaque répondant a été interrogé en fonction de son « statut » principal de riverain, de client, de PMR...

... dans certaines catégories, un individu pouvait être « multiprofil » : un riverain est aussi un voyageur et un client, un PMR est aussi un client et parfois un riverain, etc.



Synthèse



L'image et l'usage du site aujourd'hui, par les enquêtés.

Les enquêtés ont des pratiques et usages différents selon leur âge, le groupe auquel ils appartiennent... Aucune opposition « Paris-Banlieue » n'est mise en avant. Au contraire, les groupes et les entretiens font apparaître des convergences :

- **C'est la vocation commerciale du lieu qui prédomine dans les représentations.** Les équipements de loisirs ou culturels sont peu cités, ni pratiqués, même si les enquêtés se disent demandeurs d'un élargissement de l'offre culturelle.
- Globalement, l'ensemble des enquêtés identifient les Halles comme **un lieu permettant une mixité sociale et culturelle, ce qu'ils apprécient.**
- **C'est un sentiment d'insécurité davantage qu'une insécurité réelle qui est évoqué.** Certains publics, notamment les « bandes » de jeunes, ou certains comportements tels que la toxicomanie, cristallisent les réactions chez les enquêtés.
- **Ce sentiment d'insécurité entraîne une adaptation de la fréquentation et des comportements,** à la fois sociale, géographique et temporelle: on évite les halles, ou seulement certains lieux, certaines heures de la journée ou de la nuit, on n'y emmène pas ses enfants...



Les personnes interrogées jugent nécessaire la rénovation des Halles. Spontanément, les enjeux qu'ils identifient pour la rénovation des Halles sont convergents.

La rénovation doit permettre :

- **Une cohabitation améliorée et étendue** à des publics plus nombreux, notamment aux familles.
- **Un confort accru, une modernisation des espaces, une lisibilité plus grande.**

Il n'y a **aucune demande d'équipement spécifique.**

Les réactions par rapport au projet sont convergentes.

- Les enquêtés adoptent surtout un point de vue fonctionnel. Les positions sur l'architecture sont variées, certains jugent la Canopée trop futuriste, pas assez classique. Le projet leur semble répondre aux enjeux évoqués. Ils évoquent tous la nécessité de faire un **aménagement pérenne**.
- Dans la Canopée, **l'installation de nouvelles surfaces commerciales est jugée inutile**, au regard de l'offre existante par ailleurs. Les participants soulignent la nécessité de renouveler l'attractivité du lieu par **une offre singularisant les Halles**.
- Il n'y a pas de mention d'un équipement particulier qui serait nécessaire et non pris en compte.
- Sur les **équipements** proposés, les participants trouvent le concept de cultures urbaines « excluant », « stigmatisant ». Tant pour les équipements existants que ceux créés, **leur visibilité est la condition de leur fréquentation et ils doivent permettre une animation et un rayonnement dans l'ensemble du forum**.
- Les craintes exprimées portent sur la **gêne liée aux travaux** (principalement du fait des commerçants et salariés du forum enquêtés) mais aussi sur le **vieillessement du site** : il faut se donner les moyens d'entretenir les nouvelles constructions pour qu'elles ne connaissent pas le vieillissement prématuré du Forum actuel.

Les réactions par rapport au projet (suite).

- Aux yeux des personnes interrogées, le projet présenté semble permettre un élargissement de l'offre, donc **une plus grande variété de publics présents**. Cette « mixité totale », souhaitée par les participants, leur semble **une solution aux problèmes de cohabitation et de tensions entre les publics**. Le projet semble permettre un fonctionnement global et cohérent du pôle transport, du jardin et du centre commercial modernisé.
- Avec le projet, **le repérage et l'orientation semblent plus aisés**. Les enquêtés apprécient la communication facilitée entre le forum et le jardin. Ils anticipent un meilleur repérage grâce à cette ouverture.
- Pour tous, le **confort et la modernisation des espaces** sont appréciés. L'accessibilité aux personnes à mobilité réduite est perçue comme une évidence.

Les attentes en termes de services, pour les futures Halles :

- Les enquêtés parlent des Halles comme d'un lieu intégrant **le rythme spatio-temporel de la métropole**, élargissant l'offre actuelle à d'autres dimensions. Pour le pôle transport, les services spontanément évoqués concernent la dimension métropolitaine voire internationale du lieu : point info multilingue, info trafic en temps réel. Les participants soulignent l'importance d'un lieu fonctionnant avec les rythmes de la métropole.

- En filigrane apparait **une demande d'animation du quartier qui ne soit pas seulement commerciale**.
 - Même s'il est d'abord perçu comme un lieu de repos et de calme, le jardin est aussi envisagé comme le support de services, d'animations culturelles, de loisirs...

 - Pour le pôle transport, sont citées des animations culturelles, expositions... Les personnes interrogées estiment que la présence de commerces doit permettre de satisfaire des besoins « basiques », sans pour autant gêner la circulation et l'orientation des personnes. L'installation d'un pôle prévention-santé semble inintéressant, le lieu de culte est jugé incongru.

- Les participants soulignent que le confort d'usage porte à la fois sur une **plus grande fluidité des espaces de circulation** (orientation et appréhension des espaces) et la **création d'espaces de repos**.

Les attentes en termes de services, pour les futures Halles (suite).

- La demande est forte en ce qui concerne **la présence humaine et « l'incarnation » des services** : agents d'accueil... La présence policière n'a pas été la solution envisagée par les participants pour les problèmes de sécurité.
- Des interrogations ou inquiétudes sur **l'orientation** demeurent, qui s'expriment sous la forme de demandes de « signalétique».
 - Dans le pôle transport, particulièrement, par une demande de lien extérieur/intérieur, d'information et communication sur les différentes sorties (sortie la plus proche, temps de parcours en souterrain...).
 - Les enquêtés ont également souligné la **nécessité de l'orientation à l'intérieur du pôle transport et de la salle des échanges**, la création de points de repère.

Aux yeux des enquêtés, les Halles doivent être un lieu de vie. Le quartier doit concilier l'espace transport et les flux qu'il engendre, l'espace commercial renouvelé, et une dimension d'accueil et d'animation qui correspond à la dimension métropolitaine du lieu.

Préalable sur la représentation territoriale des Halles



Représentation territoriale des Halles des personnes enquêtées:

- **Les commerçants et salariés** ont une représentation spécifique très liée à la localisation de leur commerce et à leurs habitudes de déjeuner.

- Les répondants rencontrés qui travaillent à l'intérieur du Forum n'ont aucune raison d'en sortir (ils y déjeunent et y prennent leurs transports en commun) : ils se limitent au Forum et aux espaces immédiatement adjacents et connaissent peu le quartier.

« Moi je reste dans mon restaurant toute la journée, je ne sors que si je n'ai pas le choix » (commerçant)

- Pour ceux qui travaillent à l'extérieur, les occasions d'explorer les rues alentours sont plus nombreuses (déjeuner, transports, courses) : le quartier des Halles s'étend de la rue de Rivoli à la rue Etienne Marcel et de la rue du Louvre à Beaubourg.

« Je prends un chemin tous les jours différents pour aller à la cantine, je fais des découvertes encore tous les jours » (salarié)

- **Les riverains** ont une vision du quartier plus large, qui va jusqu'au Marais et au Sentier, et qui se concentre sur l'extérieur.

- Le Forum n'est qu'un équipement du quartier et un accès aux transports.

- Si une vie de quartier existe clairement en surface, son identité reste parfois difficile à affirmer face à l'afflux des touristes et des banlieusards.

« Toutes les petites rues qui sont aux alentours, comme Montorgueil, c'est comme un village » (riverain) « Moi je trouve que c'est ambigu, vous avez une vie de quartier mais à côté de ça vous avez un anonymat qui est énorme. Vous avez tellement de vases communicants entre les autres arrondissements et les banlieues qui viennent spécialement aux Halles que vous n'arrivez pas à avoir une vraie vie » (riverain)

Représentation territoriale des Halles des personnes enquêtées:

(suite)

- Pour **les voyageurs**, les Halles se résument au pôle transport Châtelet-Les Halles (en souterrain). Ils fréquentent principalement le Forum pour faire leurs courses sur le parcours, celui-ci représente une extension commerçante des transports.
- **Les clients, comme les jeunes**, se segmentent en deux catégories :
 - Ceux pour qui les Halles se résument exclusivement au Forum.
« Pour moi, les Halles ça se limite à la fontaine des Innocents. Quand je vais à Montorgueil je ne suis pas aux Halles, quand je vais à Pompidou je ne suis pas aux Halles. C'est un autre quartier, plus chic, une autre ambiance »
(client)
 - Ceux qui incluent en plus du Forum les rues commerçantes adjacentes.

1. IMAGE ET USAGES DES HALLES

Pour les enquêtés, les Halles, c'est aujourd'hui... (bilan)

↓ Un lieu essentiellement dédié à la consommation

- Un quartier commercial (Forum + rues alentour) clairement identifié comme tel
- Les jeunes se sont appropriés le Forum
- Un offre exhaustive mais moyen de gamme , standardisée (chaînes) et à destination des jeunes.
- Une dimension culturelle peu visible (en dehors du cinéma)
- Des équipements loisirs connus mais peu utilisés (jardin et piscine) en raison de leurs défauts de conception et d'image

↓ Un lieu populaire et animé

- Des publics très cosmopolites
- Un lieu facile d'accès et accessible à tous parce que populaire
- Un lieu vivant et animé par les gens, les commerces et les événements
- Changeant d'ambiance selon les zones, les heures, les jours et les saisons

↓ Une expérience sensorielle

- Tous les sens sont sollicités : foule, bruits, odeurs, etc.
- Une expérience recherchée mais parfois mal vécue en période de forte affluence

↪ **Un lieu qui ne laisse pas indifférent : on adore ou on déteste**

... mais c'est aussi (bilan)

↙ Le cœur de Paris

- Le centre géographique de Paris et de l'Île de France
- Un nœud de transports
- Un quartier historique et fondateur de Paris
- Une forte notoriété

↘ Le Forum : une ville dans la ville

- Un univers clos et souterrain dans lequel on peut vivre en autarcie (offre complète) et coupé du monde extérieur (météo)
- Un univers tentateur et labyrinthique dans lequel on peut se laisser engloutir
- Un lieu qui nécessite un apprentissage pour en maîtriser la complexité (orientation)

↪ **Un lieu qui renvoie à plusieurs mythes** (Minotaure, Caverne, Jardin d'Eden, Enfers)

Une image d'insécurité qui lui vaut une mauvaise réputation (bilan)

↳ Réputation jugée exagérée....

- Les usagers-enquêtés ne se sentent pas réellement en danger aux Halles
- Ce sont les non-usagers qui parlent davantage de ce sentiment d'insécurité
- les enquêtés estiment que les médias exagèrent souvent les aspects négatifs de la réalité du quartier

↳ ... mais qui s'appuie sur une réalité

- Présence de publics problématiques (bandes de jeunes, SDF, toxicomanes)
- Une ambiance générale dégradée (saleté, bagarres, trafics)
- Des zones et des horaires plus sensibles : jardin, recoins du Forum, soir....

↪ Le changement le plus attendu

Un grand espace commercial que les jeunes se sont appropriés

- Spontanément, les Halles sont associées au Forum. Pour une majorité de répondants, le quartier ne se résume pas pourtant qu'au simple centre commercial, les rues aux alentours immédiats y sont aussi associées.
- Une **offre relativement exhaustive** tant en termes de gamme que de positionnement si on ne se limite pas au Forum...
 - « *C'est à la fois un centre commercial avec de grandes enseignes et les Puces avec plein de petites boutiques* » (commerçant)
 - Des enseignes populaires et peu chères (Pimkie, H&M, etc)
 - Des boutiques de créateurs aux tarifs accessibles (rue du Jour, Montorgueil et niveau -3 du Forum)
 - « *C'est des créateurs, des artistes mais du chic luxe comme à Saint Germain des Près* » (client)
 - Des petites boutiques indépendantes pas chères
 - « *Des ballerines à 5 euros* » (jeune)
 - Une offre de restauration très diversifiée : du McDonald's aux restaurants plus chics en surface
- ...même si **peu spécifique** et jugée pas assez haut de gamme.
- Une offre principalement **dédiée aux jeunes**.
 - « *De moi-même je n'y vais pas, j'y vais surtout pour accompagner ma fille* » (client) « *Je dirais que c'est streetwear, c'est jeune cheap* » (jeune) « *C'est la mode tendance, c'est l'hyper mode* » (jeune)
- **Un lieu de déambulation pour les jeunes** dont la motivation n'est pas forcément la consommation.

Un lieu perçu comme dédié avant tout à la consommation

- **L'aspect culturel des Halles est très peu prégnant:**

- **Les équipements culturels sont peu connus, même des riverains enquêtés.**

- Le cinéma est toujours évoqué et fréquenté par une bonne partie des répondants quel que soit leur profil.
- Le conservatoire n'est pas cité.
- Le Forum des images est parfois évoqué mais très rares sont ceux qui connaissent les activités proposées.
- La bibliothèque est fréquentée à la marge par certains enquêtés riverains ou commerçants.

- **Ce « déficit culturel » a été regretté par les touristes enquêtés.**

« C'est juste un centre commercial. La première fois que je suis venue je pensais que c'était quelque chose de plus culturel où les gens peuvent se rejoindre pour partager quelque chose, plus convivial » (touriste)

- Il est à noter que Beaubourg n'a pas été pas spontanément envisagé comme faisant partie des Halles.

- **Les équipements de loisirs (piscine, jardin) sont connus de tous.** Ils participent à l'identité des Halles mais sont **peu voire pas fréquentés.** Les raisons évoquées sont de l'ordre des problèmes de conception.

- **Le jardin n'est pas envisagé comme un but de promenade ou de relaxation :** les multiples recoins du jardin favorisent la présence de public indésirable et les accès sont difficiles et peu connus

« Je le traverse mais je n'aurais idée de m'y asseoir. La dernière fois, je m'étais décidée à y aller mais je me suis rendue compte que de s'asseoir près de quelqu'un qui a sa bouteille aux pieds ou qui n'est pas très propre... » (salarié)
« Le jardin, finalement quand on arrive par le métro je ne vois pas où il faut sortir pour y aller » (jeune)

- La piscine n'est pas considérée comme un lieu convivial : exposée à la vue de tous, absence de solarium, etc.

« La piscine j'y suis allé une fois et je n'y ai jamais remis les pieds. On est à la vue de tous, ce n'est pas agréable » (riverain)

Le cœur de Paris

- **Géographiquement** le 1^{er} arrondissement est le centre de Paris, qui donne accès à d'autres quartiers importants de la capitale (Louvre, Beaubourg, Marais, etc.).

« *C'est la situation la plus parfaite du point de vue de l'environnement : il y a le Quartier Latin, il y a le Marais, il y a Beaubourg qui ne sont pas loins* » (PMR)

- **Une dimension historique :**

- Les anciennes Halles, toujours présentes dans les esprits
- La présence à proximité d'autres monuments remarquables (St Eustache, Beaubourg, Louvre)
- Le cœur historique de la ville construite à partir de l'île de la Cité et de Lutèce

- **le nœud de transports de l'Île-de-France :**

« *C'est la plus grande station de métro du monde* » (voyageur) « *C'est central, c'est hyper pratique pour se retrouver quand on habite aux quatre coins de Paris* » (client)

- Une desserte de toute l'île de France

« *L'endroit où toute l'Île de France peut se retrouver. On a une grosse majorité des Franciliens qui sont à moins de 30 mn des Halles* » (salarié)

- Une grande variété des modes (métro, Rer, bus, noctilien)

- Une **notoriété** évidente même pour les étrangers.

« *C'est un passage pas obligatoire mais presque : c'est comme la tour Eiffel* » (touriste)

 **Un lieu très représentatif de Paris, à la fois de par son patrimoine historique, son offre commerciale et son mode de vie typiquement parisien (stress, foule)**

Le Forum : une ville dans la ville

- Une délimitation géographique.

- Un espace **clos et isolé** de la ville car souterrain, qui dessine une vraie rupture intérieur/extérieur.

« Le Forum, les gens qui y viennent ne vont pas nécessairement se promener à l'extérieur, les personnes de l'extérieur ne vont pas nécessairement daigner descendre » (commerçant)

- Une offre exhaustive et complète qui permet de satisfaire tous les besoins fondamentaux : manger, se vêtir, se divertir et qui renvoie à un fantasme d'**autarcie**.

« Peut être le seul endroit de Paris où l'on peut tout trouver en termes de commerces » (salarié) « Il y a tout, on peut même prendre un café au Starbucks, il y a même des boutiques de bonbons » (jeune)

- Une mixité de population.

« C'est un endroit où toutes les nationalités sont représentées, il y a plein de boutiques dans un endroit hyper concentré, c'est un endroit où on peut passer un bon moment même sans être obligé d'acheter, on peut se balader et c'est vivant » (touriste)

-Un cycle jour/nuit et une météo **déconnectés du reste de la ville**.



Une dimension protectrice qui évoque le concept de la « caverne »

« On a l'impression de vivre dans un troglodyte, c'est une jolie caverne » (commerçant)



Le Forum : un monde souterrain

- Le monde souterrain évoque l'idée d'**enfer**, de lieu maléfique et sulfureux. Cette dimension est accentuée sur certains lieux, notamment les escalators de la porte Lescot et par le côté inquiétant des bandes de jeunes qui régissent l'endroit et « en gardent les accès ».

« Le grand escalator, on a là dedans l'impression de descendre à la mine » (voyageur)

- Il renvoie à un aspect **angoissant**, à la peur d'être dévoré, d'être happé par **les tentations** de la société de consommation, de ne plus pouvoir maîtriser son temps et son budget. Un « Pays de Cocagne » qui peut se transformer en lieu de perdition.

« On peut y passer sa journée, sa soirée, sa nuit » (riverain)

- Enfin, est évoquée la peur de se perdre dans un **labyrinthe** (mythe du Minotaure). Un lieu qui nécessite un **apprentissage**, une familiarité, de l'expérience pour pouvoir s'y repérer.

« On se sent enfermé, on se demande c'est où la sortie, quand on arrive ici la première fois on est perdu, après on prend la mauvaise sortie et après pour retourner.... » (touriste) « C'est vrai que c'est un labyrinthe aussi même si on finit par s'y repérer » (riverain)



Un lieu populaire et animé

- les enquêtés évoquent également la grande **mixité de population et le caractère cosmopolite** : âge, provenance géographique (banlieue), CSP, nationalités, modes de vie...

« C'est un lieu où toutes les nationalités peuvent se rencontrer et même parler » (touriste) « J'aime bien l'atmosphère parce que c'est plein de jeunes et ça me change un peu, c'est jeune et c'est vivant » (PMR) « C'est très mélangé, les gens qui habitent le quartier sont plutôt des bobos qui cohabitent avec des personnes qui sont encore sous la loi de 48. Et puis il y a encore des artisans, c'est vraiment hétéroclite » (commerçant) « Il y a des gens bizarres parfois, pas forcément méchants mais juste bizarres ça peut surprendre » (riverain)

- Un lieu accessible à tous, une dimension **populaire**.

« Pour Monsieur Madame tout le monde » (client)

- Un lieu **vivant et animé** tant spontanément par les publics que par des événements programmés.

« Quand il y a des moments musicaux en haut c'est pas mal, on s'arrête et on regarde. On écoute de la musique à l'extérieur et même dans les Halles, c'est sympa » (touriste)

- Une grande **diversité d'ambiances** selon les zones, les saisons, les heures et les jours de la semaine.


« On peut être tranquille comme on peut être entouré de plein de monde » (touriste) « Tout le nord des Halles c'est très différent. On peut prendre un café, se reposer, c'est l'esprit brunch même en semaine. Alors que le Forum c'est un peu le bazar, c'est plus speed » (commerçant)



Une expérience sensorielle

Tous les sens sont sollicités.

- La promiscuité, le contact, la foule.
« On est bousculé, c'est une fourmilière » (voyageur) « C'est une ruche » (riverain)
- Le bruit.
- Les vitrines, ce que l'on voit.
- Les odeurs bonnes ou mauvaises.

 **Une expérience que l'on recherche mais qui peut s'avérer désagréable à certaines heures ou périodes de l'année (soldes, fêtes, samedi).**

Une mauvaise réputation jugée exagérée...

- **Même si les enquêtés-usagers des Halles ont tous évoqués spontanément le problème de la sécurité, aucun s'y sentait fondamentalement en danger.**

- Parmi les enquêtés, les riverains et les commerçants ayant une connaissance intime du quartier savent quels sont les lieux et moments à éviter et sont rassurés par la présence du commissariat.

« Quand on y habite c'est difficile de s'y sentir en insécurité parce qu'en fait il y a toujours du monde et le soir on est chez soi, on ne se balade pas dehors » (riverain) « Le matin très tôt, j'évite de passer par la porte Rambuteau car on ne sait jamais sur qui on peut tomber » (commerçant)

- Les enquêtés-jeunes s'adaptent: ils maîtrisent les règles de comportements propres à éviter les problèmes.

« Quand je fais des courses seul, j'évite de trop acheter pour ne pas susciter la convoitise » (jeune)

- Les touristes enquêtés ont davantage évoqué une gêne liée à la saleté.

- Les groupes « voyageurs » et « clients » ont fait part davantage de vulnérabilité.

« Quand il y a un attroupement, je trace ma route, je baisse ma tête et j'avance » (client) « Des gens qui cherchent à en découdre, je les repère de loin et à ce moment là je tourne la tête et j'évite de croiser leurs regards » (voyageur)

-il ressort des différents groupes que le **sentiment d'insécurité** :

- **est finalement surtout ressenti par les non-usagers**

- est ressenti comme véhiculé et renforcé par les médias.

« Quand vous voyez les émissions qu'ils font sur les Halles on a l'impression que c'est un coupe-gorge, il ne faut pas exagérer ! » (riverain)

- finalement davantage porté par une **ambiance générale** (bagarres, trafics et saleté) que par des risques réels d'agression personnelle.

« L'autre jour, il y a des gens qui claquaient des bouteilles du haut des escalators » (client) « Beaucoup d'alcool, des vendeurs de haschich, il y a eu des bagarres » (riverain) « En fait ils ne nous font rien mais on les craint » (voyageur)

... qui s'appuie sur une réalité...

- **Certains publics sont évoqués comme étant la source de problèmes :**
 - Les bandes de jeunes (en particulier banlieusards) omniprésents et semblant s'être véritablement appropriées le Forum, la porte Lescot et la fontaine des Innocents.
« Disons que ce que l'on voit en premier c'est Le Jeune. Ils sont là, ils se montrent, ils se donnent rendez-vous » (riverain) « Il y a des bagarres régulièrement sur le parvis, cela va jusqu'aux rixes entre bandes maintenant, notamment le samedi où c'est vraiment chaud » (salarié)
 - Les toxicomanes
 - Les SDF
« Beaucoup de clochards qui ne se gênent pas pour boire sur la voie publique » (commerçant)

- Des situations vécues comme plus sensibles : répondre aux provocations, rentrer seul chargé d'achats, se promener la nuit dans les rues adjacentes, être une jeune femme seule le soir...

- **Certains lieux ou horaires évoqués comme problématiques :**
 - Le jardin : toxicomanes de jour comme de nuit
« Il y a beaucoup de choses sympas dans ce parc mais voilà il n'est pas bien fréquenté. Il y a des gens qui donnent leurs rendez-vous ici et ce n'est pas agréable parce que je n'ai pas envie de voir des gens qui font leurs petits business » (PMR)
 - Dans le Forum, des lieux sombres et déserts
 - Le Forum la nuit
 - La rue Saint Denis le soir
 - La fontaine des Innocents : rassemblement de jeunes désœuvrés
 - L'entrée porte Lescot : lieu de rendez-vous des bandes de jeunes et d'errance
« L'endroit où j'évite de passer c'est la porte Lescot, il y a toujours une masse de monde, on a un comite d'accueil » (client)

... et qui divise quant à son évolution

- Les enquêtés du groupe riverain ont globalement jugé que la situation s'est améliorée depuis une dizaine d'années en particulier grâce à une présence policière accrue.

« Il y a tout le temps des patrouilles partout, je n'ai jamais vu autant de policiers » (riverain) « Il y a quand même moins de problèmes qu'il y a une dizaine d'années, moins d'altercations. Il y a quelques années, le commissariat s'est fait prendre d'assaut en plein jour ! » (riverain)

- Les enquêtés du groupe « commerçant » ont évoqué une dégradation constante ayant atteint son paroxysme il y a quelques mois (violentes rixes entre bandes). La situation est désormais apaisée et le niveau de sécurité s'est depuis considérablement amélioré.

« C'est monté peu à peu jusqu'à ce que ça pète assez durement. Depuis ça va beaucoup mieux, comme si le soufflé était retombé » (commerçant)

- Les enquêtés du groupe « jeune » ont un sentiment de dégradation progressive, en partie alimenté par les craintes verbalisées de leurs parents.

- Accroissement du trafic de stupéfiants.

« Il y a plus de tox', c'est moins bien fréquenté, plus dangereux. Après une certaine heure ce n'est pas la peine » (jeune)

- Provocations de bandes de jeunes.

« Les jeunes surtout les filles c'est la provocation, elles sont agressives » (jeune)

- Les enquêtés des groupes « voyageurs » et « clients » n'ont pas évoqué d'évolution particulière.

Des motivations différentes à la fréquentation des Halles

Trois motivations principales ont été citées qui déterminent des usages et pratiques différents.

- **Grouper les plaisirs** : l'exhaustivité et la diversité de l'offre permet de juxtaposer/cumuler des usages d'achats, de convivialité et de loisirs. On peut faire du shopping et prendre un verre avec des amis, faire du shopping et aller au cinéma, faire du shopping et se promener dans le quartier... Cette motivation a été évoquée principalement chez les enquêtés jeunes et clients.

« Moi souvent je vais soit à un point de rendez-vous au Starbucks et après on va au ciné et après ça va être des courses à la Fnac ou H&M. Et puis sinon après c'est l'extérieur, des bars vers Beaubourg » (jeune) « On peut tout y faire voir des amis, aller au cinéma, prendre un café » (client)

- **Rentabiliser son temps** : pour les enquêtés voyageurs et commerçants, il s'agit de profiter du passage ou de la présence obligée aux Halles pour bénéficier de leur offre (commerces, cinéma, piscine, services publics).

- **Profiter de la vie de quartier** : les enquêtés du groupe « riverain » font leurs courses quotidiennes hors du Forum, font du shopping et des achats spécifiques dans le Forum (Fnac), profitent du cinéma, de la piscine, plus rarement de la bibliothèque et du jardin.

« Moi je suis consommatrice à haute dose des Halles, pas forcément du Forum et des boutiques. La piscine j'y vais régulièrement, le cinéma j'ai une carte d'abonnement, j'y vais quasiment en chaussons, et j'aime bien aussi ce qui est autour du Forum » (riverain)



Focus : les répondants « jeunes »

Les jeunes interrogés lors du groupe ont entre 17 et 24 ans.

- Tous font part de pratiques qui ont évoluées au fur et à mesure des années.

- Lorsqu'ils étaient plus jeunes (13-14 ans), ils y passaient des après-midi voire des journées entières avec des amis sans pour autant faire des achats (sauf restauration rapide).

« C'est le truc qu'on fait quand on est au collège, au lycée, on va à Châtelet » « Avant, peut être parce que j'étais plus petit, c'était un kif je sortais des cours, je prenais le RER, j'allais aux Halles avec mes amis. On prenait un McDo et voilà on faisait un petit tour. Aujourd'hui je ne suis plus à l'aise, franchement c'est vrai » (jeune)

- Aujourd'hui, ils disent s'y rendre moins souvent, moins longtemps à chaque fois et y aller dans un but bien précis (retrouver des amis, shopping).

« J'y vais juste pour faire une course, je ne vais pas passer mon après-midi aux Halles, il y a des endroits plus sympas à Paris » (jeune)

- Cette évolution des pratiques s'accompagne d'un **changement de perception** de l'image du Forum et de ses usagers.

- Les bandes de jeunes (13-14 ans) sont désormais perçues comme gênantes et provocatrices.

- Leur image du Forum évolue: ambiance désagréable, risque d'altercations, etc.

- Ils ont perdu de la connivence avec ce lieu, ce qui les amène à réduire leur fréquentation.

« Moi je ne me sens plus à l'aise comme j'ai pu y aller il y a quelques années, ce n'est plus trop mon truc. On a l'impression d'être vraiment très très vieille, je vois des gamines à côté » (jeune)

2 – LES ATTENTES SPONTANÉES D'ÉVOLUTION DES HALLES

(avant présentation du projet)

Une rénovation jugée indispensable et attendue par tous les enquêtés...

- Tous les répondants ont estimé qu'une **rénovation du forum était aujourd'hui nécessaire en raison de la « vétusté » du forum.**

- Le parti-pris architectural, qu'il ait été apprécié ou non au moment de la construction, est unanimement jugé dépassé et démodé.

« Il n'y a pas une décoration, c'est le béton brut de brut. Si c'était la mode il y a 30 ans aujourd'hui on a l'impression que les travaux n'ont pas été finis » (salarié) « Tout ce qui est au-dessus de la terre est moche, les trucs blancs, les miroirs... c'est horrible » (client)

- Parallèlement, les participants font part d'un constat de dégradation générale du bâtiment lui-même, des espaces intérieurs et du jardin...

« Rendre l'ensemble moins abandonné comme c'est maintenant où cela part en désuétude » (commerçant) « A l'intérieur il y a énormément de choses qui ne vont plus, des fuites d'eau partout même à l'intérieur des magasins on a des odeurs d'égouts. Donc j'espère que cela ne s'arrêtera pas qu'au visuel car ce sont des bâtiments qui sont à la limite vétustes » (commerçant)

- ... ainsi qu'un manque d'entretien et un manque de civilité de la part des usagers. Certains espaces ont été désertés et sont aujourd'hui à l'abandon.

« Quand on se promène au niveau des jardins on a l'impression que les bâtiments sont à l'abandon, il y a des rideaux de fer et cela fait des espèces de recoins pas très agréables » (salarié)

- **L'annonce d'un projet de rénovation est toujours favorablement accueilli.**

... malgré les inquiétudes des commerçants et des salariés

- Tous ceux qui travaillent dans le Forum ont exprimé leurs inquiétudes quant aux **conséquences des travaux** sur leur activité.

- Leur magasin devra-t-il fermer ? Et pendant combien de temps ?

« Je suis très content qu'ils fassent des travaux mais en même temps je suis très inquiet car de l'été 2010 à 2016 je ne sais pas comment cela va se passer pour nous. On va peut être devoir fermer tout ou partie du magasin et il risque alors d'avoir des plans de licenciement » (salarié)

- Les travaux empêcheront-ils les clients d'accéder à leur boutique ?

« Comment va-t-on être traité pendant les 6 ans de travaux, les clients vont-ils pouvoir arriver facilement et sans encombre jusque chez moi ? » (commerçant)

- Certaines zones des Halles – en particulier celles qui drainent le plus grand nombre de clients – seront-elles accessibles ?

« Si la Fnac ferme même seulement quelques semaines on est tous super mal, c'est pas mal la Fnac qui fait venir les gens aux Halles » (commerçant)

- Certains accès seront-ils fermés ?

- Ils craignent aussi que le réaménagement du Forum ait pour conséquence une **modification des flux de clientèle**.

« Pour moi qui ai fait un investissement lourd pour démarrer cette activité à cet endroit, je n'ai pas forcément envie qu'on m'enlève du flux pour le mettre ailleurs » (commerçant) « J'ai un escalator qui arrive directement chez moi et là, si je comprend bien je ne serais plus du tout accessible ! En plus, s'ils installent une pharmacie en bas face au métro je n'ai plus qu'à fermer boutique » (commerçant)

- Ces répondants ont fait part à la fois :

- du **manque de communication** avec la mairie de Paris et les bailleurs

- de l'absence d'un interlocuteur dédié.

Les défauts identifiés convergent:

Le « partage » de l'espace

- L'affluence à certains moments pose avec acuité le problème de surpopulation dans un espace limité (forum, rues et transports).
- La cohabitation des différents publics est souvent problématique et source de tensions, surtout en raison de la forte présence (réelle et psychologique) des groupes de jeunes.

La banalité de l'offre commerciale

- Une offre peu différenciée : présence d'enseignes/de chaînes également implantées dans d'autres lieux de Paris
- Les spécificités commerciales existantes sont peu ou pas connues. (par exemple l'espace jeunes créateurs)

Un espace sombre et étiqué

- Des plafonds bas
- Une absence de perspective
- Pas de lumière naturelle et une luminosité défailante
- La place basse, seul lieu de respiration, est surpeuplée et encaissée

Les obstacles à la circulation

- Cloisonnements, recoins, impasses gênent la fluidité des parcours et induisent des ruptures de rythmes.
- Un manque d'accès et des accès existants peu satisfaisants : goulots d'étranglement dans l'interface intérieur/extérieur, accès au pôle transport compliqué et entravé, manque d'ascenseurs

Des difficultés à s'orienter

- Une signalétique mal comprise qui rend l'orientation difficile, notamment pour l'accès aux transports, le repérage dans le Forum et la sortie vers l'extérieur
- La grande complexité du pôle transport (métro, RER, 3 stations, etc.)
- à l'intérieur du forum, une absence d'organisation thématique repérable de l'offre commerciale et de services.

Un sentiment d'enfermement dans un lieu étouffant

Des difficultés à partager l'espace

- L'affluence, à certains moments, pose avec acuité le problème de **surpopulation** dans un espace limité (forum, rues et transports)

« On fait une ou deux boutiques, après il y a trop de monde et ça prend vite la tête. A certaines heures il y a vraiment trop de monde » (jeune) « Les queues pour faire la caisse, ça c'est vraiment insupportable. Du coup on repose le produit et on se barre » (jeune)

- La **cohabitation** des différents publics est source de tensions. La présence (réelle et psychologique) de groupes de jeunes focalisent cette tension.

- La méconnaissance de l'emplacement des espaces de repos conduit au rassemblement des personnes sur la place basse ou sur les marches attenantes, ce qui renforce les problèmes de cohabitation.

« Je m'assois souvent avec les jeunes, mais ce n'est pas très agréable quand il y a la jeunesse qui est en train de manger et qu'ils mettent tout par terre » (PMR) « J'y vais pour un bol d'air mais ça ne donne pas envie d'y rester, c'est un peu craignos et on se fait toujours taper des clopes et un bout de sandwich » (commerçant)



Une absence de confort dans les espaces du forum et du pôle transport

-Un espace étriqué : les plafonds bas et l'absence de perspective génèrent un sentiment d'étouffement, d'absence de respiration.

« Tous les plafonds sont assez bas, c'est oppressant » (client) « Dans les autres centres commerciaux comme la Défense ou Val d'Europe c'est spacieux, aéré... on n'a pas cette impression d'étouffement que l'on a aux Halles » (voyageur)

- Le seul espace en interface directe avec l'extérieur, susceptible de faire fonction de respiration est la place basse, au cœur du forum et ce lieu est souvent surpeuplé à cause de multiples facteurs : seul espace fumeur, point de rendez-vous, lieu de repos avec les marches et présence d'enseignes de restauration rapide.

- Des difficultés et des obstacles dans la circulation : cloisonnements, recoins, impasses qui gênent la fluidité des parcours et induisent des ruptures de rythmes.

« C'est mal fichu parce que l'autre jour je voulais passer derrière pour couper mais ce n'est pas possible, il faut faire tout le tour » (PMR)

- Un manque d'accès et des accès existants peu satisfaisants.

- Des goulots d'étranglement dans l'interface intérieur/extérieur (rues et jardin)

- Un accès au pôle transport compliqué et entravé.

- Manque d'ascenseurs pour les publics encombrés (poussettes, valises, colis) ou ayant des difficultés momentanées de déplacement.

- Les accès parkings sont difficiles.

« Mes amis ou mes représentants quand ils viennent en voiture, à chaque fois ils ont droit à un tour gratuit » (commerçant)

-L'absence de lumière naturelle et l'insuffisance des éclairages ainsi que la chaleur renforcent le sentiment d'étouffement (accentué, à certains endroits, par des odeurs nauséabondes)

Focus sur les difficultés rencontrées par les PMR

Les difficultés rencontrées par les PMR sont nombreuses, du fait d'aménagements insuffisants et peu lisibles

- Les ascenseurs sont en nombre insuffisant, leur localisation n'est pas connue et ils sont sales.

« Il y a une petite rue où il y a un ascenseur mais il faut avoir de la chance pour l'avoir et c'est le seul » (PMR)

« L'ascenseur, je ne l'ai jamais vu » (PMR)

- On déplore l'absence de rampes dans les escaliers et les volées de marches à l'intérieur du Forum.

« J'ai une amie qui est en fauteuil roulant et elle me dit moi je ne peux pas aller à ton cinéma. Par exemple, ces trois petites marches il devrait y avoir une rampe à côté » (PMR)

- L'étroitesse des escalators conjuguée à la sur-fréquentation est dangereuse.

« Les escalators il faudrait qu'ils soient un peu plus larges, il y a toujours quelqu'un qui veut passer, vous savez c'est facile d'être bousculé » (PMR)

- L'absence de sièges pour se reposer.

-L'accessibilité des handicapés est une évidence pour l'ensemble des enquêtés.



Une lisibilité de l'espace très insuffisante

- Cet aspect **concerne aussi bien le pôle transport, le jardin, le quartier que le Forum.**
- **La signalétique est incompréhensible et peu visible.**
 - **La superposition des niveaux** (Forum et rue) rend difficile la représentation visuelle et peu d'indications permettent de faire le lien intérieur/extérieur.
« Le gros problème du quartier c'est que les gens ne savent pas où ils sont, régulièrement on nous demande : où est Beaubourg ? où est Saint Eustache ? Je pense qu'il est essentiel qu'il y ait des plans globaux et des plans de détails » (commerçante dans le Forum)
 - Sauf pour les riverains et certains commerçants – qui connaissent bien le quartier – **les noms des portes et des accès ne sont pas signifiants.**
 - Des difficultés pour se repérer dans le Forum lui-même : emplacements des magasins, des services et des ascenseurs. **Les plans ne permettent pas de s'orienter.** Les enquêtés regrettent qu'ils ne concernent que le niveau où l'on se trouve et ne mettent pas en valeur l'ensemble de l'offre du Forum.
« Les gens ont énormément de mal à comprendre comment fonctionne le Forum, ils disent qu'ils ont demandé, ils ont tourné et ils ont regardé le plan mais ils ne comprennent rien » (commerçante)
 - Les enquêtés ont également beaucoup de **difficultés à identifier les accès aux transports** tant de l'extérieur que de l'intérieur du Forum.
« C'est un petit peu compliqué pour descendre jusqu'au RER, c'est un peu la galère. Il y a 15.000 portillons, pas mal d'escalators à descendre, de la porte par exemple... je ne sais plus laquelle jusqu'au RER tout en bas » (riverain)
 - Ils évoquent la salle des échanges du pôle transport comme un lieu où les indications sont à la fois trop nombreuses, sans continuité (en raison des obstacles) et provoquent plus de confusion que de possibilités de s'orienter.
 - Concernant l'extérieur (rues et jardins), on constate l'absence d'indications et un manque de plans.

Une lisibilité très insuffisante (suite)

- La multitude, la complexité des sorties transport et la possibilité d'accéder aux mêmes lieux via trois stations (Les Halles, Châtelet et Châtelet-les Halles RER) rendent difficiles l'identification des points de rendez-vous. En outre, toutes les sorties sont traitées sur le même plan ce qui empêche l'identification d'un accès principal.

« Quand je donne rendez-vous, même si j'habite aux Halles, j'indique plutôt Etienne Marcel parce que quand les gens ne connaissent pas ils ne savent pas où sortir. C'est plus simple de sortir à une station normale » (riverain) « Les gens y tournent un peu en rond » (voyageur)

- **Dans le Forum, l'organisation de l'offre et l'emplacement des magasins n'est pas identifiées comme répondant à une logique particulière.**

« Dans l'idéal il faudrait regrouper les magasins, en haut tout ce qui est loisirs et déco, après faire une partie homme, femme... » (client)



Seule une capitalisation d'expériences issues de nombreuses visites régulières permet de se repérer sans trop de difficultés.

Une offre commerciale peu singularisée

- Les enquêtés jugent que l'offre commerciale est peu différenciée et concurrencée (notamment en cas de beau temps), car les enseignes présentes sont en majorité **des chaînes** également implantées dans d'autres lieux de Paris, y compris à proximité (rue de Rivoli)

« On va plutôt aller aux Halles plutôt que rue de Rivoli lorsqu'il fait froid » (client) « Rien d'original, les mêmes boutiques que partout, rien qui vous pousse à aller vraiment aux Halles » (client)

- L'offre est identifiée comme **basse ou moyenne gamme**.

« C'est pas très luxe, c'est Zara et H&M, il n'y a pas de grandes marques, ce n'est pas la boutique Hugo Boss » (jeune)

- Les enquêtés trouvent cette offre en décalage avec ce qui serait attendu dans un lieu historique, central et proche du Marais.

« C'est pas mal mais vu le quartier, il pourrait y avoir des boutiques plus créatives » (voyageur)

- Les spécificités commerciales existantes, qui pourraient la valoriser et lui donner un sens vs le prestige du quartier sont peu ou pas connues : espace jeunes créateurs du niveau -3 par exemple.

- En outre, les difficultés dans l'interface intérieur/extérieur ne permettent pas d'englober les boutiques plus luxueuses des rues du Jour et de Montorgueil dans l'offre du Forum. Les deux identités restent très distinctes l'une de l'autre.



Dans le contexte de rénovation, des incontournables...

- Il est évident, pour tous les répondants, que **le projet doit s'inscrire dans les évolutions de la société et même être précurseur et exemplaire** : les normes écologiques et les règles d'accessibilité (PMR en particulier) doivent être impérativement respectées et on souhaiterait même que le projet soit précurseur en ces domaines.

- **Les principes et valeurs citées, à conserver :**

- La mixité sociale, ethnique et culturelle
- Le caractère animé et populaire
- La liberté d'occuper l'espace

« Garder des espaces informels de liberté par exemple des marches où s'asseoir » (touriste)

- Le mix commercial et culturel (même si l'aspect culturel est aujourd'hui sous investi)

« J'ai peur que les travaux rendent le quartier de plus en plus élitiste. C'est justement ce mélange et cette diversité qui me plaît dans ce quartier » (commerçant) « Il faut que le quartier garde cette âme de marché qu'il a toujours eu » (commerçant)

- **Les équipements et les services à conserver :**

- Le jardin doit être réhabilité mais il semble impensable qu'il puisse être réduit.
- Les équipements culturels et de loisirs existants : piscine, cinéma, bibliothèque, Forum des images...
- Les zones piétonnières



... et trois axes d'amélioration majeurs



Le confort matériel

- Corriger les défauts actuels : manque de luminosité, sensation d'étouffement, obstacles à la circulation et au repérage...
- Davantage de verdure dans le Forum et les transports
- Création d'espaces de repos



La convivialité

- Permettre aux familles et à tous les publics de se réapproprier le Forum
- Apporter une forte présence humaine bienveillante et non répressive (hôtesses d'accueil, gardiens)
- Créer des animations permanentes ou temporaires : expositions, concerts, etc.
- Encourager une vie nocturne et dominicale



La redéfinition de l'offre commerciale

- Des enseignes moins exclusivement positionnées « jeunes »
- Présence d'une enseigne alimentaire
- Des magasins un peu plus originaux et haut de gamme
- Diversification de l'offre de restauration



Ces améliorations corrigeront naturellement les problèmes liés à la fréquentation de certains publics et restaureront le sentiment de sécurité



La redéfinition de l'offre commerciale, pour attirer de nouveaux publics:

- Si une **redéfinition** de l'offre du Forum est souhaitée...
 - **le choix d'enseignes doit permettre d'attirer de nouveaux publics, autre que les « jeunes »:**
 - « C'est les boutiques qui attirent la fréquentation. Mettre un McDo' c'est clair que ça diffère d'une clientèle qui va au Paradis du Fruit ou au Ritz. Mettre un Pimkie et un Jennyfer c'est clair que c'est des gamines de 14 ans qui vont venir » (jeune)
 - On souhaite, on cite en exemple:
 - l'ouverture d'un grand magasin (Printemps, Galeries Lafayette)
 - **La présence d'une enseigne alimentaire,**
 - l'ouverture de magasins un peu **plus originaux** et haut de gamme,
 - La diversification de l'offre de restauration
- ...on note le **refus de création de surfaces commerciales supplémentaires.**
- La Fnac est le pôle d'attractivité du Forum et même son symbole. Elle sert aussi de point de rendez-vous.

Les améliorations souhaitées: le confort

- Il s'agit en premier lieu de **corriger les conséquences des parti-pris architecturaux et de la vétusté des lieux** : davantage de lumière naturelle, éclairage mieux adapté, température régulée (sans climatisation), absence d'odeurs, etc.

« Donner une autre lumière, une lumière plus gaie, je parle pour les allées et les galeries. Plus chatoyant, pas qu'une lumière blanche » (PMR) « Des parois en verre ce serait bien et quelque chose de plus lumineux » (riverain) « Plus aéré, qu'il fasse moins couloir de métro » (jeune)

- **L'amélioration de la circulation, de la signalétique et de l'accessibilité.**

« Plus de services d'information, qu'il y ait vraiment des gens avec des vrais plans qui ne se plantent pas » (jeune)

- De la **verdure** : jardins suspendus, murs végétaux, plantes...

« Faire entrer la verdure dans le Forum comme ils l'ont fait à la Défense, des baies vitrées et faire une espèce de forêt à l'intérieur » (riverain) « J'ai cette image des gros centres commerciaux américains où il y a beaucoup d'espace et de verdure, des fontaines et tout est propre » (voyageur)

- Des **espaces de repos** et de pique-nique à la fois dans le Forum et dans le jardin (bancs et tables).



Les améliorations souhaitées : la convivialité

- **Instaurer un caractère résolument familial** en proposant des animations, des services et une offre commerciale susceptible d'attirer les familles avec des jeunes enfants.
- Ceci permettrait naturellement de **repositionner le Forum comme appartenant à tous les publics** et non plus seulement aux bandes de jeunes.
- **Intensifier la présence humaine** pour faciliter le repérage et la circulation dans le Forum et les jardins : hôtesse d'accueil, agents d'information, gardien de parc...
« Mettre carrément des gens qui se promènent avec des gilets rouges comme dans les gares et qui peuvent t'aider et te renseigner » (client)
- Créer des **animations** dans le Forum et le jardin : concerts, expositions temporaires, activités pour les enfants, marchés de Noël...
« Un espace musical avec des concerts improvisés, une radio des Halles » (touriste) « Des jeux, des loteries, des animations pour les enfants » (jeune)
- Continuer à faire vivre le Forum après la fermeture des magasins en particulier par le biais des cafés et restaurants.

Les améliorations souhaitées : la sécurité

- Tous souhaitent un lieu où l'on se sente plus en sécurité qu'aujourd'hui, où les tensions sont moindres
- Cependant, il est intéressant de noter qu'aucun répondant n'envisage une présence policière accrue.
- **L'instauration de la sécurité procède de l'évolution naturelle vers un lieu plus familial et rénové.** Logiquement, la présence de jeunes enfants et de familles conjugée à la rénovation architecturale du lieu (plus de lumière, moins de recoins et de cloisonnements, propreté...) conduira à la diminution de l'insécurité.



Au bilan : un positionnement des Halles amélioré

Les enquêtés souhaitent que le projet permette un nouveau positionnement des Halles :

- **Fréquenté par tous les publics**
- **Lieu de vie, de flânerie** (vs. stress, efficacité, rentabilité, rapidité et passage comme actuellement), un **but de promenade**
- **Dimension culturelle** renforcée (pour les touristes)
- Un élargissement des amplitudes horaires de fréquentation (plus tard le soir, le dimanche)



3 – ACCUEIL DU PROJET DE RENOVATION DES HALLES – ATTENTES ET BESOINS EXPRIMES

Rappel : Les différentes cibles et leurs usages des lieux

Lieux	Usages	Cibles
Le jardin	<ul style="list-style-type: none"> - Peu ou pas fréquenté en tant que jardin - Lieu de passage 	De façon marginale certains riverains ou PMR
Le pôle transports	<ul style="list-style-type: none"> - Accès aux transports et au Forum - Déplacements - Correspondances 	Toutes
Le Forum	<ul style="list-style-type: none"> - Un but en soi : possibilité de regrouper les achats et activités - Des achats ciblés et rapides - Un lieu commercial adjacent aux transports 	<ul style="list-style-type: none"> → Jeunes, clients et PMR → Riverains et certains commerçants/salariés → Voyageurs
Les équipements sportifs et culturels (cinéma, piscine)	<ul style="list-style-type: none"> - Un but en soi - Une activité couplée au shopping (cinéma) - Une facilité sur le trajet 	<ul style="list-style-type: none"> → Certains jeunes et riverains → Certains clients, commerçants/salariés → Certains voyageurs
Les rues adjacentes au Forum	<ul style="list-style-type: none"> - Achats complémentaires au Forum - Sorties (bars, restaurants) - Lieu de passage 	Tous sauf certains jeunes et commerçants/salariés restant dans le Forum

Des attentes très convergentes

- **On ne note aucune spécificité des différentes cibles. Toutes souhaitent la même chose dans chaque espace et ont les mêmes exigences.**

- Les PMR sont plus précis dans leurs attentes concernant l'accessibilité, cependant les autres cibles ont également mentionné l'accessibilité comme un critère primordial.

- Les commerçants/salariés du Forum expriment quelques inquiétudes concernant la pérennité des flux actuels, en lien avec la fréquentation attendue de leurs commerces.

- Les jeunes interrogés étant majoritairement des « clients », leurs attentes ne sont pas spécifiques.



Réactions générales à la présentation du projet

- **Le projet est accueilli positivement par tous les publics : en effet, il semble répondre à leurs attentes et corriger tous les défauts énoncés précédemment.**

- Les dessins et maquettes présentés ne permettant pas de se faire une idée précise de l'esthétique finale du projet et en particulier de la Canopée, les réactions se sont davantage portées sur la dimension fonctionnelle que sur le parti pris architectural.

- **Des inquiétudes** ont néanmoins été exprimées quant à l'aspect visuel final :

- Quel sera le degré de transparence finale de la Canopée ?

« Une autre forme de Canopée rendrait le projet moins écrasant, quelque chose de plus aérien » (riverain)

- Comment va-t-elle vieillir, tant d'un point de vue de résistance des matériaux que de la capacité à garder sa modernité ?

« Des trucs comme ça, j'ai l'impression que dans 10 ans ça va être vieillot » (riverain)

- Comment a été pensé l'entretien de la Canopée ? (nettoyage des vantelles)

- Comment cette construction, résolument moderne va-t-elle s'insérer dans le quartier, pourvu de nombreux bâtiments et monuments anciens ?

« Tu vois l'église, la Bourse, tu vois une architecture ancienne, après tu vois un truc qui ne veut rien dire. Moi je trouve ça moche » (jeune) « S'ils avaient pu rester dans le côté haussmannien, ça ne se démode pas, c'est Paris, c'est le centre » (jeune) « Ça casse un peu l'architecture historique du coin. Il y a des beaux bâtiments anciens, avoir un truc jaune derrière... Ça ne les met plus du tout en valeur » (riverain)

- Derrière ces inquiétudes, on retrouve la crainte fondamentale de voir se reproduire la situation actuelle : un bâtiment moderne et innovant lors de sa construction mais qui vieillit mal, se dégrade et se démode à moyen et long terme.

« Quand ils ont construit les Halles, c'était le top du top à l'époque. Mais 30 ans après, il faut tout refaire. Et le design est totalement démodé. J'espère qu'ils ont bien réfléchi et qu'ils ne referont pas la même chose. » (salarié)

Bilan sur le jardin



Les principes fondamentaux à respecter

- Entretien et sécurité
- Accessibilité : PMR, gratuité, ouverture nocturne, pelouses
- Règles concernant l'usage du jardin : animaux et vélos dans des zones spécifiques, présence de gardiens pour garantir le respect des règles



Les aménagements et services souhaités

- Une signalétique très présente , visible et claire
- Des équipements favorisant la propreté, en nombre suffisants : poubelles, toilettes, etc.
- Des équipements et des aires de jeux réservés aux enfants
- Des espaces propices à la détente : bancs, tables, vente de boissons, wifi
- Des zones protégées des intempéries et des zones ombragées
- Des animations culturelles et sportives



Un lieu que l'on envisage d'investir soit comme but de sortie soit en usage mixte avec le Forum



Les attentes vs. le projet de jardin

- **Le parti pris d'ouverture du jardin, à la fois sur le Forum et le quartier est très apprécié.**

Les enquêtés estiment que:

- L'accès au jardin sera ainsi facilité.
- Il permet d'accentuer l'aspect « ville dans la ville », celle-ci intégrant désormais un espace vert digne de ce nom.

« Parce qu'on est loin des bruits tout en étant dans la ville quand même, et ça fait vraiment dedans/dehors, c'est une espèce de bouffée d'oxygène » (touriste)

- **Le décroissement de l'espace** (vs les recoins existants) induirait plusieurs bénéfices pour les visiteurs:

- Une perspective visuelle dégagée et un remède au sentiment d'enfermement
- Une circulation et une déambulation facilitées, le jardin servant de « repère ».
- Et, naturellement, une meilleure sécurité et propreté (disparition des recoins où les publics problématiques pouvaient s'installer)

« On fera moins pipi dans les coins » (riverain)

- Les enquêtés estiment également que le jardin deviendrait ainsi une **destination à part entière**, un but de promenade et/ou **un espace de détente dans l'usage des Halles. Tous les répondants envisagent d'en profiter.**

« Déjà, ça nous donnera plus envie d'y aller en été. D'abord je vais faire les boutiques et ensuite je vais me poser » (jeune)
« Quand je voulais aller dans un grand jardin, j'allais aux Tuileries. Quand je vais faire du footing je cours aux Tuileries. Là, je pourrai faire mon footing sans avoir besoin d'aller au Louvre » (riverain) *« Moi, avec les enfants, on y ira probablement plus qu'actuellement » (riverain)*

-La réorganisation de ce jardin permettrait une reconfiguration du rôle et de l'importance respective des différents parcs et jardins de toute la capitale (Buttes Chaumont, Tuileries, Luxembourg...) et non seulement du quartier.

Les attentes vs. le projet de jardin (suite)

- **Les différents publics interrogés s'accordent** sur les partis pris à adopter, ainsi que sur les aménagements et services souhaités:

- On attend que **certains principes fondamentaux** d'un jardin public soient respectés :
 - Une accessibilité optimale (plain-pied, pentes douces....)
 - Un espace qui ne soit pas seulement un espace vert mais un véritable jardin (parterres de fleurs, diversité des espèces végétales, fontaine....)
 - Pelouses accessibles
 - Entretien et propreté
 - Accueil et information assurés par des agents
 - Interdiction des deux roues (y compris des vélos) dans les espaces de promenade (ou prévoir une allée réservée aux vélos)

« Il va falloir cohabiter avec les vélos et si tout le monde déambule et que rien n'est délimité ça va être vite l'anarchie » (voyageur)

- Interdiction des animaux sur tout ou partie du jardin (création d'une zone accessible aux animaux)

« On veut être tranquille, c'est surtout pour les crottes » (jeune)

- Zones réservées aux enfants, clôturées.
- Eclairage la nuit
- Des agents de sécurité, le jour mais également la nuit.
- Non fermeture du jardin, avec possibilité d'y aller la nuit.

« J'ai pensé à un jardin qui fermerait un peu plus tard, pour pouvoir pique-niquer en plein air, un peu comme au Parc de la Villette, des projections en plein air » (jeunes) « Si c'est un grand jardin, bien éclairé, s'il y a plus de monde, ce sera bien pour prendre un verre le soir, même vers 3 h du matin » (riverain)

Les attentes vs. le projet de jardin (suite)

- Une signalétique bien conçue, bien présente et visible, permettant une orientation aisée.
- des équipements facilitant l'occupation et la cohabitation dans le jardin:
 - Des poubelles nombreuses
 - Toilettes propres et accessibles aux PMR
 - Des tables à langer et des équipements pour les jeunes enfants (chauffe-biberon...)
 - Des bancs, chaises, tables, voire chaises longues...
- Des zones protégées des intempéries et du soleil (kiosque à musique...)
- Des jeux pour enfants
- Conserver les bouledromes
- Un revêtement adapté pour les allées (pas de sable ou de gravier, non glissant)
- Du wi-fi et des prises électriques (ou bornes de rechargement pour les ordinateurs)
« J'aimerais bien être ici avec mon ordinateur, un petit café, prendre l'air » (PMR)
- Un ou des cafés (possibilité de prendre un verre et de restauration légère)
- Des stands ambulants (marchands de glace, gaufres..)
« Des fois on reste dans le jardin mais il n'y a pas de café, on ne peut pas acheter un petit truc à grignoter. Il faudrait des crêpes, des barbes à papa, des glaces » (PMR)
- Des accès gratuits à l'eau potable

Les attentes vs. le projet de jardin (suite)

- Des animations culturelles

- Concerts et spectacles vivants
- Expositions temporaires (sculptures, photos...) comme au Luxembourg
- Cinéma plein air comme à la Villette
- Jeux d'échecs

- Des activités sportives gratuites

- cours de Tai-chi
- ping-pong
- circuit santé



Les attentes vs. l'espace piétonnier

- Le projet d'extension de la zone piétonne est **extrêmement apprécié** par tous les publics sans restriction. Tous constatent que le quartier est déjà engagé dans cette voie et le projet leur apparaît comme une suite logique.
- Commerçants et riverains n'ont exprimé **aucune inquiétude** concernant la fréquentation des commerces ou l'accès en voiture (ces derniers n'ont pas de voiture)
- L'extension de la zone piétonne est perçue comme devant s'accompagner de la création de pistes cyclables, de zones de stationnement pour les 2 roues et de la création de nouvelles stations Vélib.
- Les groupes « Jeune » et « riverain » ont mis l'accent sur le fait que cette zone doit être naturellement animée à toute heure (bars, restaurants, boutiques, marché...).



Bilan des attentes vs. les espaces transports



Le confort

- Davantage de propreté
- Une ambiance plus agréable (lumière, musique, bruits atténués)
- La décoration (verdure, couleurs, expositions)
- Des zones de repos: sièges...



La fluidité de circulation

- Permettre une circulation sans obstacles (plots, commerces au milieu de la salle d'échange...)
- Faciliter l'accès aux transports : davantage de guichets et de portillons pour éviter les queues
- Organiser des logiques de circulations pour réguler les différents flux de voyageurs



La facilitation des déplacements

- L'importance d'une signalétique bien conçue, multi-présente et guidante, relayée par différents modes (marquage au sol, murs, plafond)
- La nécessité d'une information complète sur les transports (horaires, trafic,...) sur des écrans
- Le souhait d'une information plus large (touristique, sur les activités du Forum...)
- Le souhait d'une information plus large (touristique, sur les activités du Forum...) délivrée par des personnels d'accueil



Les accès

- Redéfinir l'accès par le grand escalator Porte Lescot
- Equiper tous les accès d'ascenseurs
- Le nouvel accès Marguerite de Navarre est valorisé pour sa praticité (le point facile de RDV) mais est perçu comme un accès parmi d'autres
- Accessibilité PMR



Facilitation, efficacité, éviter les pertes de temps



Les attentes vs. le pôle d'échange avec 4 entrées sur la ville

Les répondants ont éprouvé de **grandes difficultés à comprendre et imaginer cet aménagement.**

- La signalétique s'avère ici le point crucial. Trois aspects doivent être absolument pris en compte selon les participants :

- **Lorsque l'on est en surface, ils souhaitent pouvoir se repérer** et visualiser les aménagements en sous-sol, les commerces et l'accès aux différents modes de transport.

« Dire quelle ligne est la plus directement accessible par tel accès » (jeune)

- **Lorsque ils sont en sous-sol, savoir où ils se situent** par rapport au niveau rue afin de pouvoir choisir la sortie la plus adaptée.

- Installer des panneaux indiquant le « **temps d'accès piéton** » aux différents transports, sorties et monuments.

« Indiquer sortie Lescot 4 mn, sortie Porte du Jour 7mn ou 15 mn de marche pour rejoindre la ligne 7 » (riverain)

- ils soulignent la nécessité d'assurer la sécurité des usagers dans ces longs couloirs (caméras, miroirs, etc.).

- L'idée de correspondance en surface séduit la majorité des répondants, à condition de ne pas majorer le coût du transport (validation d'un autre ticket). Les riverains craignent cependant que cela génère un flux de piétons trop important dans leurs rues.



Les attentes vs. l'espace de correspondance et d'accès RER

- L'aménagement du lieu doit permettre **un plus grand confort** :

- Lumière, couleurs
- Musique d'ambiance
- Ventilation
- Verdure
- Des revêtements de sols adaptés pour ne pas amplifier les bruits
- Propreté
- Des bancs
- Des tapis roulants (en particulier pour les PMR, les poussettes...)
- Des toilettes

« Il faut que les toilettes soient belles parce que c'est un vrai service. Pas un petit coin, il faut que ce soit aussi beau que la médiathèque, propre et sympathique » (touriste)

- Nécessité de **nombreux points de vente RATP** pour faire face à la forte fréquentation du lieu.

« Au -4 il y a toujours une queue terrible au guichet, il y a toujours une vingtaine de personnes qui attendent pour prendre un ticket » (PMR)

- **La circulation doit être facilitée.**

- Elle doit répondre à une **vraie logique** (et à l'instinct naturel du voyageur)

« Faire comme des rues pour les voitures, histoire que tout le monde se déplace du même sens par le même côté, cela fait gagner du temps et évite de se bousculer » (voyageur)

- **Suppression de tous les obstacles** (portillons, plots, commerces situés au milieu de la salle)

« Quand on est dans la grande salle il y a plein de trucs au milieu, des plots, et donc ça crée un sentiment d'insécurité parce qu'on ne voit pas ce qu'il y a derrière, on n'a aucune visibilité » (voyageur)

- Trajectoires rectilignes
- Portillons d'accès à la salle en nombre suffisant.

Les attentes vs. l'espace de correspondance et d'accès RER (suite)

- Création d'un **point d'information** multilingue (transports, informations touristiques) : tableaux interactifs et hôtesses.

- Un repère (point de rencontre ou d'information, statue, grande horloge) pour se donner rendez-vous.

- Les touristes et les jeunes souhaiteraient des expositions temporaires ou permanentes, artistiques ou en lien avec l'histoire du quartier. Par contre les voyageurs insistent sur la vocation de passage de cette salle où tout obstacle ou divertissement constituerait un frein à la rapidité des déplacements.

« L'idée c'est vraiment que les gens ne stagnent pas » (voyageur)

- **La signalétique** est réclamée avec insistance pour répondre aux carences actuelles. Il est essentiel qu'elle soit visible et présente tout au long du parcours. Elle doit prendre **plusieurs formes** :

- Des codes couleurs pour repérer les différentes lignes de métro ou de RER
- Du marquage au sol
- Des panneaux sur les murs et au plafond
- Des indications pour les non-voyants



Les attentes vs. la galerie latérale longeant la salle des échanges

- Concernant le confort, les attentes sont les mêmes que pour la salle des échanges (sanitaires, propreté, luminosité, etc.).
- Quelques équipements et services seraient les bienvenus :
 - Bancs,
 - Ecrans d'information transport,
 - Point d'information touristique et culturelle (programme des activités du Forum),
« Qu'ils disent : aujourd'hui au Conservatoire il y a tel événement, dédicace de machin à la Fnac » (riverain)
 - Wifi.
- Tout comme dans la salle des échanges, les voyageurs soulignent que l'installation des commerces peut ralentir la circulation.
- Les commerces souhaités sont des **commerces basiques** permettant de satisfaire les besoins pour le transport (presse, etc.) et pour la vie quotidienne (boulangerie, mini-market, cordonnerie, pressing, fleuriste, tabac, DAB, photomaton, pharmacie, laboratoire d'analyses, relais-colis, Poste).
- La suggestion d'implantation d'un centre de prévention santé pour les jeunes est accueillie très tièdement par tous les publics. Un tel centre n'a pas sa place dans ce lieu précis, il pourrait par contre être installé dans une autre zone du Forum.
« Ça ferait bizarre. Le métro c'est sale, ça ne va pas avec un truc de santé » (jeune)
- La présence de lieux de cultes apparaît comme totalement anachronique.

Les attentes vs. les portes et accès vers les espaces souterrains

- Les attentes concernant le **repérage et l'orientation intérieur/extérieur** (choisir la sortie adaptée, connaître le temps d'accès aux différentes sorties et s'orienter rapidement dans le quartier à la sortie) sont ici, bien évidemment identiques à celles exprimées envers le pôle d'échange (slide 59).

« Mettre porte Lescot vers Beaubourg, donner des directions... c'est plus explicite » (touriste) « Si on choisit rue de Rivoli sans savoir que c'est la sortie la plus loin... on a perdu ! » (riverain) « Louvre, Rambuteau c'est des trucs que l'on connaît, mais les autres Berger, Lescot.... » (client)

- La proposition d'une **information transport et trafic en surface est très séduisante** et permet à chacun d'organiser son temps et son parcours au mieux.

« Parce que je préfère regarder les boutiques que d'attendre avec tout le monde en bas » (PMR) « Si au moment où j'entre porte Lescot on me dit « ligne RER D problème à la gare de Lyon » je vais changer mon trajet, je vais prendre le métro et éviter le problème » (commerçant)

- Spontanément les répondants évoquent le réaménagement du grand escalator de la porte Lescot.

« Moi j'appelle ça « l'escalier du regard » parce que tout le monde nous regarde » (PMR) « C'est sinistre c'est comme entrer dans un gouffre » (salarié)

- Il est bien évident pour tous que les accès seront systématiquement équipés d'ascenseurs.

Les attentes vs. l'accès Marguerite de Navarre

- Cet accès **n'est jamais perçu comme particulier**, il n'est qu'un accès supplémentaire et de ce fait doit répondre aux mêmes critères que les autres en matière de confort, d'information et d'accessibilité : lumière naturelle, fluidité de circulation, informations, espaces de repos, verdure...
- L'escalator doit idéalement être protégé des intempéries.
- Le principe d'une forte visibilité de l'accès est souhaitable. Cet accès pourra alors devenir un point de repère et de rendez-vous.
- Le design de la « flèche » divise. Certains souhaiteraient une sculpture ou un monument davantage en phase avec le quartier. A noter, la suggestion d'une commerçante proposant de faire appel aux artistes et designers travaillant dans le quartier (nombreuses écoles de design, « squat » artistique du 59 rue de Rivoli, etc.).
- Un aménagement spécifique de la place n'est pas indispensable.
« S'il y a marqué que c'est un accès, il y aura du monde donc cela s'aménagera tout seul » (salarié)

Les attentes vs. la transformation du tunnel souterrain

- Ce point laisse les répondants indifférents, y compris ceux qui se rendent en voiture aux Halles.
- **L'idée de surface alimentaire est accueillie positivement.**
- Par contre, on rejette l'idée d'une enseigne « chère » comme Monoprix d'autant qu'il en existe déjà un à proximité. On souhaiterait plutôt l'installation d'une enseigne plus populaire type Auchan, Carrefour ou Leclerc.
- Les gens s'interrogent sur la praticité à effectuer de grosses courses alimentaires dans un environnement piétonnier.



Bilan des attentes vs. la Canopée

↘
L'accès jardin

- L'ouverture sur le jardin rencontre un excellent accueil
- Une zone définie comme un lieu clé à la fois de passage et de détente
- On y souhaite une transition douce intérieur/extérieur (verdures, cafés avec terrasse...)
- Une protection contre les intempéries

↘
Le patio

- Un biais important dans les réponses induit par les photos présentées
- Un lieu perçu comme le cœur du Forum
- Une vocation d'espace de repos et de rencontre, qui doit être équipé en conséquence (bancs, wifi...)
- Les propositions : marchés, stands, animations culturelles ou sportives (mais la facilité de circulation doit être préservée)

↘
Le niveau rue

- Le souhait d'un parti pris de transparence sur le RCH et les étages pour renforcer l'attractivité et lever les freins à l'entrée
- Garder le maximum de perspective sur le patio et les jardins
- Des halls traversants
- Une vocation informative sur les activités des étages

↘
Les équipements

- La bibliothèque et le conservatoire sont logiques et attendus
- L'espace « pratiques amateurs et artistiques » est valorisé et également investi par les riverains et salariés comme un lieu d'animation pour eux.
- Les espaces « cultures urbaines » : un concept en contradiction avec les évolutions attendues sur le public fréquentant le Forum et avec l'idée même de culture (trop restrictif)
- Inutilité de nouveaux commerces ou souhait d'une offre très différenciée de l'existant

↪ **La Canopée, un espace protecteur et animé, source de convivialité**

Les attentes vs. le débouché de l'accès Place Basse vers le jardin

- La création d'une ouverture du Forum sur le jardin est très **favorablement accueillie**. Son existence doit être clairement signalée et indiquée.

- On s'interroge cependant sur la qualité de couverture de la Canopée : risque-t-il de pleuvoir dans cet endroit ? Si tel est le cas, des zones doivent rester à l'abri.

- Le principe de fluidité de circulation conduit à vouloir que l'ouverture soit la plus large possible et qu'aucun obstacle ne soit présent.

« Elle risque de devenir l'entrée et la sortie principale du Forum, il va y avoir beaucoup de monde il faut donc qu'elle soit suffisamment grande » (client)

- L'aménagement souhaité :

- Bancs, tables
- Cafés avec terrasse et vue sur le jardin
- Plantes (permettant de créer une continuité entre les deux espaces)
- Stands de boissons

- Les jeunes proposent d'animer ce lieu avec des spectacles et/ou expositions.



Les attentes vs. l'intérieur des vanelles de la Canopée

- Les répondants ont eu de nombreuses **difficultés à se projeter** sur cet espace. Ils ont investi les vanelles car la proposition leur en a été faite mais spontanément, aucune suggestion n'a été exprimée. Une partie d'entre eux ne souhaite pas que cet espace soit aménagé.

- Les propositions tournent autour **d'événements culturels ou populaires** dont on attend un caractère fédérateur portant des **valeurs de rassemblement et de partage**.

- Projection de photos
- Jeux de lumière ou de couleur
- Expositions retraçant l'histoire de Paris
- Retransmission de concerts
- Retransmission de match de football

« Comme pendant les grands matchs où tout le monde se retrouve devant la Mairie de Paris qui installe des écrans géants pour l'occasion » (salarié)

- Les jeunes émettent le souhait que les manifestations artistiques soient en lien direct avec les équipements culturels et artistiques installés dans les nouveaux bâtiments de la Canopée (Conservatoire, Espace de pratiques amateurs...).

« Une musique mais pas la musique que l'on entend tout le temps. J'ai pensé au Conservatoire, vu que c'est des nouveaux artistes, diffuser leurs musiques » (jeune) « Au niveau des vanelles comme il y a un centre artistique en haut, mettre leurs tags, des espèces de projections » (jeune)

Les attentes vs. le patio

- Il nous faut attirer l'attention ici sur **un biais très important**. **Les illustrations présentées induisent l'idée d'un espace très vaste qu'il faut donc meubler**. Les propositions faites par les répondants vont donc dans ce sens mais il est évident que la priorité reste la fluidité de circulation.

« Surtout ne pas encombrer, comme c'est soit le chemin pour aller dans le jardin soit pour aller à l'intérieur, c'est un peu chiant de devoir zigzaguer entre chaque truc » (jeune)

- Ce lieu ayant une vocation à la fois d'espace de repos et de point de rencontre, ce qui détermine un certain nombre d'aménagements et de services :

- Bancs, tables voire canapés
- Wifi et télévisions
- Verdure (jardinières)
- Point d'accueil délivrant des informations sur l'actualité des animations culturelles et commerciales du Forum.
- Point touristique

- Cependant, si cette dimension de repos et de rassemblement apparaît séduisante, certains riverains et PMR expriment la crainte que cet espace soit confisqué par les bandes de jeunes.

« Les jeunes vont se mettre ici et ils vont discuter et si je suis avec des enfants ils vont me gêner. Sur les marches, je suis sûre que là ils vont jeter leurs cigarettes » (PMR) « On a l'impression que ça va squatter et de retrouver ce que l'on a actuellement » (riverain)

Les attentes vs. le patio (suite)

- Les idées exprimées sont sous tendues par l'idée que le Patio est le **cœur du Forum** (comme l'est actuellement la place Basse) :
 - Marché hebdomadaire, marché de Noël
 - Stands alimentaires (boissons, sandwiches) ou commerciaux (bijouterie, etc.)
 - Services administratifs (papiers, sécurité sociale)
 - Equipements sportifs : salle de sport, terrain de basket, rampe de rollers....
 - Animations culturelles ou sportives : spectacles de rues, concerts, matchs de basket, etc.
- Sur le « mur aveugle », on imagine : un mur végétalisé, des expositions temporaires, l'annonce de manifestations culturelles dans les étages et un plan de Paris avec les monuments à visiter.
- Une crèche et une halte garderie pourraient être installées sur les terrasses. Elles seraient destinées respectivement aux riverains et salariés des Halles et aux visiteurs pour leur permettre de faire leurs courses sereinement.

Les attentes vs. le niveau rue de la Canopée et les halls d'accueil

- Les deux bâtiments de la porte Lescot sont souhaités construits en préservant le **maximum de transparence**. Transparence qui permettra :
 - une perspective visuelle
 - d'identifier les activités qui seront proposées dans les étages
 - de lever les barrières à la visite

- Le « niveau rue de la Canopée » est avant tout considéré comme un **lieu de passage couvert**.
 - La fluidité de circulation doit être préservée.
 - La perspective sur le patio et la vue sur le jardin doivent être valorisées.
 - Les vitrines des magasins animeront naturellement ce lieu.

- Les halls d'accueil doivent bien évidemment informer des événements se déroulant dans les étages. Il serait également judicieux de pouvoir y accéder par les deux côtés (possibilité de traverser les bâtiments par ces halls).

« Qu'ils soient vraiment bien ouverts, qu'il y a le moins de murs possibles, qu'ils ne mettent pas des arches serrées. La possibilité de traverser dans les deux sens » (riverain) « Quelles sont les activités en ce moment, par exemple au Conservatoire, la musique, les concerts. En ce moment une semaine de tag et du hip-hop. Que les gens soient au courant quand ils passent, que ce soit visuel tout de suite parce que l'on n'ira pas spontanément se renseigner » (jeune)

Les attentes vs. les équipements sous la Canopée

- **La bibliothèque et le conservatoire** sont des équipements valorisés et attendus dans un tel lieu. Personne, en dehors des riverains, n'imagine cependant les utiliser.

- **L'espace « pratiques amateurs et artistiques »** est compris de deux manières différentes qui séduisent autant l'une que l'autre.

- La possibilité pour les jeunes de disposer d'un lieu pour pratiquer leur art (musiciens, peintres, troupe de théâtre amateur, etc.). On attend que ces amateurs puissent montrer leur travail dans le reste du Forum et des transports (concerts, expositions et spectacles gratuits).

- Une offre d'ateliers et de cours artistiques, culturels et de loisirs pour les riverains, les commerçants/salariés et les visiteurs. On imagine des activités classiques (peinture, poterie...) et aussi des pratiques plus innovantes et en lien avec l'image du quartier (infographie, atelier de langues...).

« Faire une mini tour de Babel des langues par exemple on apprendrait les langues avec la musique ou dans un esprit décalé. Ici c'est un endroit où il y a plein de gens qui parlent des langues, des étudiants, des touristes, c'est un endroit cosmopolite » (touriste)



Les attentes vs. les équipements sous la Canopée (suite)

- **Le concept de « cultures urbaines » pose problème :**

- Il est jugé excessivement **restrictif** : pourquoi cibler uniquement les expressions de cultures urbaines et négliger la poésie, le théâtre, etc.

« Ça me dérange, il y a d'autres spécialités qui sont beaucoup plus intéressantes, beaucoup plus créatives » (riverain) « La culture c'est l'ouverture vers le monde. Là, cultures urbaines, on ferme » (riverain)

- Il est également **excluant** car il ne s'adresse qu'à un seul public : les jeunes voire les jeunes de banlieue.

- Il stigmatise et **réduit l'image des Halles** à celle des bandes de jeunes de banlieue, qu'il risque d'attirer encore davantage.

- On comprend derrière cette idée qu'il s'agit de « parquer » les jeunes danseurs de hip-hop qui pratiquent de façon informelle dans le Forum. Or, non seulement cette pratique spontanée ne dérange pas, au contraire elle participe à animer agréablement le lieu.

« A mon avis, ils ont voulu concentrer les gens qui sont au niveau de la piscine le soir et qui font un peu de hip-hop, pour ne pas qu'on les voit trop... des fois c'est vachement bien, ils sont vachement acrobatiques, ils sont forts » (riverain)

- Il est par ailleurs jugé fort probable que cet espace soit sous-investi, par des jeunes rétifs à toute tentative d'encadrement.

Les attentes vs. les équipements sous la Canopée (suite)

- **Les superficies qui seront consacrées aux commerces sont rejetées sur le principe car on ne souhaite pas un élargissement de l'offre commerciale qui semble déjà pléthorique.** On préférerait l'installation d'espaces culturels ou d'équipements collectifs.

« Quand je vois 6.000 et quelques mètres carrés de commerces en plus alors que l'on en a déjà pas mal, franchement ça fait mal au cœur. On préférerait peut être avoir une crèche » (riverain) « Il y a trop de magasins de fringues, on a perdu l'essence même d'un vrai centre commercial où il y a toujours un peu de tout » (commerçant)

- Malgré cette position de principe, de nombreuses propositions sont toutefois formulées: si des commerces doivent être installés, **ils doivent présenter un caractère différenciant et original (vs. l'offre « standardisée » du forum).**

- Des commerces artistiques : galeries d'art, antiquaires...

- Des magasins d'artisanat voire l'installation de véritables artisans

« Dans l'esprit de la Coulée Verte avec les artisans installés sous les arcades » (salarié) « Je verrais bien aussi de la ferronnerie, un tapissier, des trucs d'art aussi... comme il y a à Bastille » (touriste)

- Des boutiques proposant des produits plus originaux et que l'on ne trouve pas ailleurs.

« Des boutiques uniques, pas des H&M et des Zara. Des petits créateurs, du commerce que l'on ne voit pas partout » (riverain)

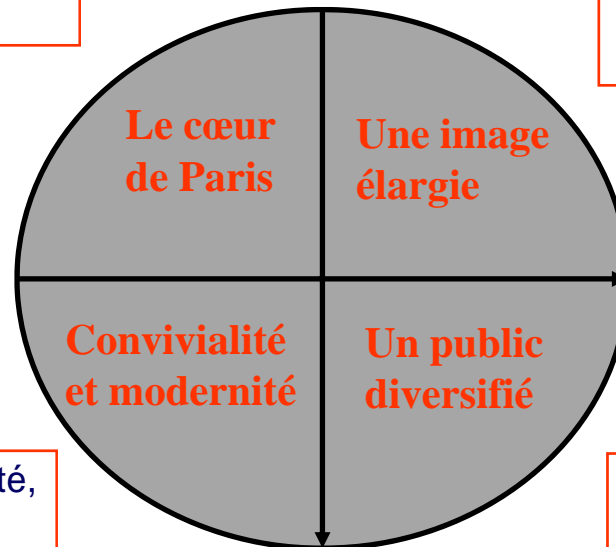
- Des espaces offerts aux jeunes créateurs de mode, aux jeunes artisans pour démarrer leurs activités.

« Il serait intéressant d'ouvrir des locaux pour les jeunes créateurs puisqu'il y a la bourse du commerce à côté » (commerçante)

Au bilan : l'image des Halles construite par le projet

- Une réhabilitation du centre historique et géographique
- Une dimension métropolitaine
- Un lieu prestigieux et « remarquable », but incontournable de visite pour les touristes

- Une dimension culturelle et loisirs renforcée
- Qui s'articule avec Beaubourg
- Un lieu qui n'est plus uniquement marchand
- Qui appelle des usages mixtes : promenade, shopping, sorties...



- Un lieu plus agréable : luminosité, confort, sécurité...
- Encore plus moderne que les autres centres commerciaux : architecture, offre, accessibilité
- Une ambiance conviviale et vivante

- Une fréquentation plus familiale et élargie à tous les publics
- Mais qui sera aussi déterminée par l'offre commerciale, culturelle et de loisirs

Image des Halles construite par le projet : le cœur de Paris

- Le projet replace le quartier dans :

- Sa **place géographique centrale** dans Paris. Avec le jardin, les Halles vont être réinvesties comme destination en tant que telle (vs. actuellement lieu de passage).

« Un Center Parc en plein cœur de Paris, le poumon vert de Paris » (riverain)

- Sa **dimension historique**. La Canopée, construction moderne et innovante, devient le monument central autour duquel les autres monuments du quartier s'inscrivent en perspective.

- Sa **vocation commerçante**. Le repositionnement attendu de l'offre commerciale permettra de restituer au quartier l'image des anciennes halles et d'ouvrir le Forum sur les rues commerçantes qui l'entourent.

« Le quartier va retrouver son âme de marché » (commerçant)

-Rénovées, les Halles auront un **pouvoir d'attraction accru pour toute l'Île de France**.

« Ça sera le centre ville de la région » (commerçant) « Le cœur du Grand Paris » (jeune) « Je vais de plus en plus à Val d'Europe parce que c'est aéré, je reviendrais aux Halles plus souvent, ce sera agréable et on est quand même en plein Paris » (client)

- Elles s'inscriront comme **une référence**, un lieu à visiter lorsque l'on se trouve à Paris.

« Ça deviendra un monument à visiter, un peu comme la grande arche ou la pyramide du Louvre » (voyageur) « Tout le monde voudra le voir et se sera un lieu touristique parce qu'il y aura un réel changement » (PMR)

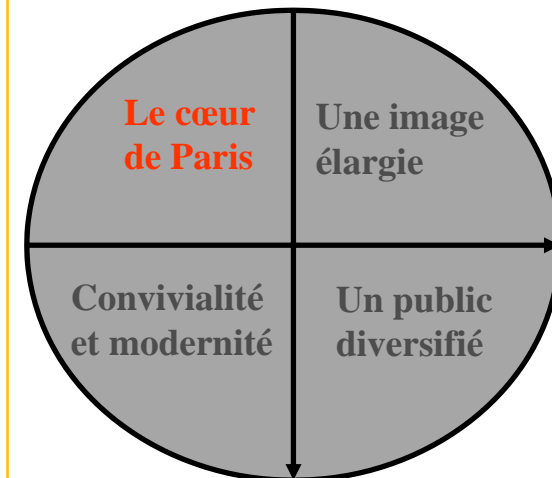


Image des Halles construite par le projet : une image élargie

- Les Halles ne se limitent plus à une dimension purement marchande.

« On voit vraiment que c'est culturel et on ne va pas y aller que pour les magasins de vêtements. C'est plus promenade aussi » (jeune)

- Les jardins, les équipements culturels et l'ouverture sur le quartier lui confèrent une **image élargie, en particulier sur le plan culturel et de loisirs**. La création de nouveaux pôles culturels valorisera les équipements culturels et de loisirs déjà présents.

« C'est plus sérieux, plus intéressant, moins superficiel, moins centre commercial » (touriste)

- La proximité géographique et architecturale de **Beaubourg** sera plus évidente et permettra de mettre en valeur la complémentarité des positionnements culturels respectifs des deux sites.

« Pompidou culture et les Halles consommation, c'était comme ça que je le voyais dans mon quartier. Maintenant ça pourra être la culture et la consommation réunies en même temps » (riverain)

-Le lieu appelle dorénavant à des **usages mixtes** et à des **horaires élargis** non directement sous-tendus par la consommation. On pourra aussi venir se promener, se détendre, sortir et voir des spectacles et expositions.

« On viendra même le dimanche quand les magasins sont fermés » (client) « Un mix entre le Louvre, un musée et un centre commercial. Comme un mall américain mais avec le savoir-faire français » (jeune) « Il y aura sûrement plus de gens qui viendront plus tard pour boire un verre ou manger » (jeune)

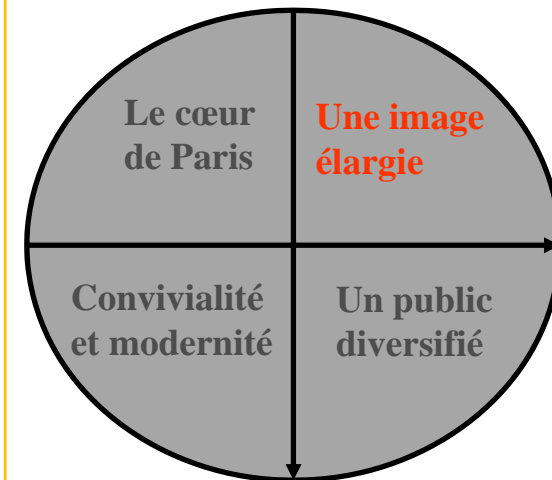


Image des Halles construite par le projet : convivialité et modernité

- Un lieu rénové sera **résolument plus agréable**. On attend de la luminosité, un confort accru, une sécurité renforcée, un repérage facilité, une meilleure fluidité des déplacements... qui font de la visite une expérience positive.

« Avec la Canopée ce sera ouvert et plus du tout oppressant » (commerçant) « Plus clair, plus aéré, plus accueillant, plus chaleureux, plus verdoyant... on respire mieux aussi » (riverain)

- De cette rénovation, **découlera naturellement une atmosphère conviviale et animée** qui renforcera les aspects positifs actuels (cosmopolites, multiculturels, jeunesse).

« Plus chaleureux, un lieu de discussion, de rassemblement » (riverain) « Un espace de vie » (jeune) « Plus nous. On se sent plus à l'aise. Plus familial, plus vivant » (jeune)

- Son architecture innovante (moderne et écologique), sa parfaite accessibilité (PMR) en font un **centre commercial moderne qui a valeur de références par rapport aux autres**. En outre, son implantation au sein d'un important nœud de transports le rendent plus concurrentiel (vs. La Défense, Val d'Europe).

« C'est Le centre commercial. C'est La référence » (jeune)

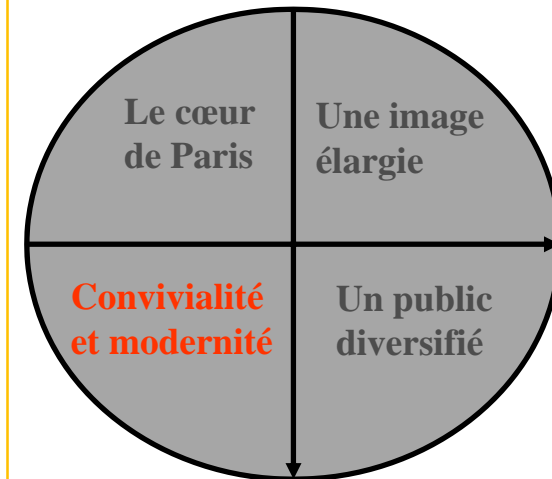


Image des Halles construite par le projet : un public diversifié

- On anticipe une **fréquentation élargie à tous les publics**. On imagine que des usagers plus âgés et des familles se mêleront désormais au public des Halles, rééquilibrant ainsi les catégories d'usagers.

« C'est le quartier le plus détesté des Parisiens. Là ils vont venir » (salarié) « Un public différent aussi, peut être un peu plus âgé, plus vers 35-40 ans, plus le week-end » (jeune) « Par exemple nos parents, qui n'y vont pas, peut être qu'ils pourront être intéressés » (jeune)

- Il faut noter que malgré tous les efforts qui seront entrepris, **c'est l'offre commerciale, culturelle et de loisirs qui déterminera fondamentalement le public final.**

« Si on ne veut pas qu'il n'y ait que la banlieue, il ne faut pas mettre que des enseignes ciblées banlieue » (salarié)

- Aucune crainte n'est exprimée quant à la cohabitation de ces différents publics, on les imagine partageant l'espace de manière harmonieuse.

