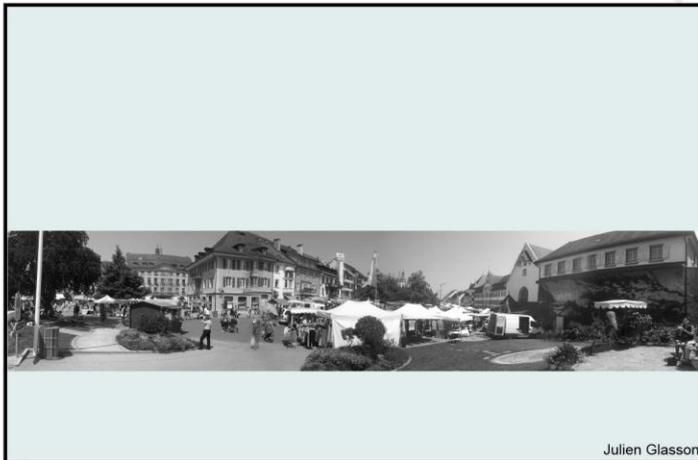


Master of Science in Geography

Images du centre-ville de Bulle : Etude de perception et du comportement commercial

Julien Glasson

Sous la direction du Prof. Giuseppe Pini



Julien Glasson

« Ce n'est pas la ville de pierre que je choisis, ni les conférences, ni les musées, c'est la forêt vivante qui s'y agite, et que creusent des passions plus forcenées qu'aucune tempête » (Mauriac)

Remerciements

Coucher sur le papier ses pensées, ses intentions, ses remerciements envers les personnes qui nous ont supportés durant un travail dont je ne trouve les mots pour en décrire la fastidiosité – du moins c'est comme cela qu'il se présentait à ce moment – m'apparaissait trivial et d'un consensualisme désuet. C'est seulement à la veille d'avoir terminé l'exercice que je me rends compte de l'insuffisance de cette nécessité.

C'est pourquoi, sincèrement et chaleureusement, je tiens à remercier les personnes m'ayant en partie permis de réaliser cette recherche ou à défaut, ayant eu la patience de me supporter.

Pour son sens du mot juste, de la critique et du conseil, mon directeur de mémoire, Giuseppe Pini, dont l'aide et la simple présence – et ce en tout temps – ont rendu possible la réalisation de ce travail.

Pour avoir simplement accorder du temps à un étudiant arrivant souvent à un moment inopportun, l'ensemble des personnes, restées pourtant anonymes, ayant permis la collecte du matériel d'enquête nécessaire à la réalisation d'une analyse par questionnaire, ainsi qu'à M. Pichonnaz, chef du département d'urbanisme de la ville de Bulle, pour ces échanges brefs mais toujours intéressants.

Pour le temps consacré à la relecture, un grand merci à Mathieu Giroud, qui, de par son expérience professionnelle m'a permis de ne pas paraître plus médiocre que je ne le suis en orthographe ou en grammaire.

Une grand merci également à mes collègues et surtout amis, Marco Andreoli et Thomas Colombini, qui, d'une part, par les échanges d'idées autour d'un repas ont fait avancer la construction du présent travail, et d'autre part, dont la seule présence a rendu les dynamiques de travaux de groupe tout au long de ces cinq années d'étude beaucoup plus stimulantes.

Pour son précieux temps et sa capacité à être formée par un simple étudiant, Lucia Sulliger, qui a permis une avancée plus rapide de la collecte du matériel d'enquête en se confrontant avec moi à des personnes, comme déjà mentionné, pas toujours disponibles ou peu enclines à être dérangées dans leurs activités quotidiennes.

Pour leurs soutiens indirects, qu'apparemment mon manque de motivation à certains moments n'a pas permis de douter de mon travail, j'aimerais remercier ma famille et mes amis – toujours restés à mes côtés pour m'encourager malgré des résultats parfois décevants ou, à défaut, ont trouvé un moyen de me changer les idées.

Pour clore cet éloge, j'aimerais remercier l'ensemble des personnes croisées durant mon parcours scolaire, que ce soit à Bulle, Fribourg ou encore Lausanne, qui, j'en ai la conviction, ont participé à la réalisation de ce mémoire.

Coordonnées

Auteur du mémoire

Julien Glasson
1630 Bulle – CH
079 / 346.86.58
julien.glasson@bluewin.ch

Résumé court

Dans l'optique d'une reconnexion entre l'homme et le milieu urbain dans le contexte sociétal actuel, l'approche de cette étude prend fait d'une mise en avant de la géographie behavioriste permettant la compréhension du lien homme-environnement. En définissant cet entre-deux projectif par la mise en relation des espaces objectifs et subjectifs individuels, le concept de territorialité prend un sens « nouveau » définissant la transversalité urbaine au travers notamment du comportement commercial des sujets étudiés dans le centre-ville de Bulle.

Résumé long

Le changement des comportements sociétaux touche l'ensemble de l'épistème constitué sur la ville dont la mobilité qui en constitue une composante importante et revêt de nombreux enjeux et défis pour l'aménagement du territoire. L'augmentation croissante des véhicules motorisés individuels depuis la fin des années 1940 – fruit d'un mode d'aménagement fonctionnaliste encourageant l'utilisation de la voiture individuelle – permet un déplacement rapide et aisé pour les individus mais cause des problèmes non négligeables dans les villes ; on pense notamment aux effets de transformation morphologique de la ville (étalement urbain, fragmentation), mais également aux problèmes de pollution atmosphérique et sonore.

Au-delà de cette réduction des problématiques circulatoires à la simple mise en abîme des conséquences des comportements humains, c'est avant tout la nature de la relation entre l'homme et son territoire – au travers du concept de la territorialité définissant l'essence même de l'objet « rue » comme central dans cette recherche – que l'auteur a choisi de développer. La rue devient de ce fait objectivement le véhicule épistémique d'une partie des pratiques quotidiennes de l'espace en même temps que le support de ces actions. Son essence prend donc une multitude de composantes suivant le domaine choisi (politique, économique, sociale, aménagement, usage, discipline d'étude...) et la pluralité des lieux d'interaction entre usages et fonctions, entre individus et aménagement.

Le présent travail prendra donc acte d'une présentation de l'approche behavioriste ainsi que ses implications épistémologiques et ses axiomes dans la définition de la qualité de l'aménagement urbain avant de s'attarder sur l'évolution de l'activité commerciale entre l'objet d'étude à proprement parler – à savoir le centre-ville historique de Bulle – et la périphérie dans la recherche d'une définition des variables faisant du centre et de l'objet « Grand-Rue » une représentation mentale unique auprès de la population. Enfin, l'étude du lien entre environnement construit et représentation mentale de l'espace subjectif se fera au travers d'une recherche empirique par questionnaire et la complémentarité des méthodes des écologies factorielles ainsi qu'une méthodologie propre à l'approche behavioriste.

Mots-clés

Espace vécu / territorialité / géographie behavioriste / commerce / mobilité / subjectivité – mesure

Images of downtown : Study of perception and buying behaviour in Bulle

Abstract

Changing societal behaviour affects the entire city's constituted episteme including mobility, one of its most important components with its many issues and challenges for planning. The ever-increasing number of individual motor vehicles since the late 1940's. which resulted from a functionalist development that encourages the use of private cars allows for quick and easy movement for individuals. But it causes significant problems within cities, such as the negative effects of morphological transformation of the city (urban sprawl, fragmentation), and also air and noise pollution resulting from heavy traffic.

Beyond the simplification of the traffic problematic to a mere *mise en abyme* of the consequences of human behaviour, it is more importantly the nature of the relationship between man and his territory through the concept of territoriality that defines the essence of the "street" as the central to this research, that the author has chosen to develop. The street becomes therefore objectively the epistemic vehicle of some daily activities as well as the support of these actions. Its essence is therefore made of a multitude of components depending on the subject (political, economic, social, development, use, discipline of study, etc.). It is also the plurality of interaction's sites between uses and functions, and between individuals and planning.

This work first takes note of a presentation of the behavioural approach and its epistemological implications as well as its various axioms in the definition of the quality of urban planning. The study later focuses on the development of commercial activities between the historic centre of Bulle and the periphery. In search of a definition of the variables responsible for the unique mental representation that the population makes of the centre and the object "High Street ". Finally, the relationship between built environment and mental representation of the subjective space is studied through an empirical study with questionnaire. The complementary of the methods of factorial ecologies macro, as well as a methodology specific to the behaviourist approach regarded in this case as micro-geographical.

The main objective of the research can be summarized as understanding an individual subjective space through societal changes as well as mobility and commerciality components.

Keywords

Lived space / territoriality / behaviourist geography / commerce / mobility / subjectivity – measure

Prologue : Une redéfinition de l'urbanisme et changements sociétaux

« L'urbanisme n'est pas qu'une affaire de technique ou de régulation juridique, c'est avant tout une affaire politique » (G. Pinson, 2009, p. 12). La citation de Gilles Pinson permet, outre le fait de resituer le contexte du travail urbain, la mise en avant de l'intervention des pouvoirs publics dans l'aménagement du territoire et entrevoir la nécessité de conjuguer les visions de l'aménagement de l'espace, certes éloignées, du citoyen, du politique et de l'expert, de comprendre l'évolution de la discipline urbanistique puisqu'aujourd'hui « [...] la ville semble sortir du statut de simple espace à aménager dans lequel, l'urbanisme de plan, fonctionnaliste et moderniste l'avait cantonnée. La ville devient tout à la fois un acteur collectif, une société à mobiliser, une équation sociale unique s'exprimant dans un patrimoine bâti, une identité locale qu'il convient de valoriser dans un contexte de compétition territoriale croissante. » (G. Pinson, 2009, p. 13).

Ainsi, la vision de Gilles Pinson place le cadre large de l'étude qui va suivre. La ville n'est donc plus un dessin couché sur une feuille de papier et l'aménagiste celui qui l'esquisse, mais celle-ci prend la forme du dessein imaginé par l'ensemble des acteurs de la cité et l'urbaniste endosse le rôle du médiateur-expert qui le traduit. Ce changement de paradigme – de l'urbanisme de plan à l'urbanisme de projet – quoi qu'en soit, est né des transformations profondes de nos sociétés contemporaines et par extension de l'évolution de la morphologie urbaine.

Une société de plus en plus marquée par une croissance démographique effrénée nécessitant une adaptation territoriale devant la complexité, la densification et les changements de dynamiques qui en résultent – notamment en matière de flux et de concentration de personnes – afin d'assurer une bonne utilisation du sol et des ressources disponibles. C'est dans ce contexte d'augmentation de population au sein des centres urbains, de fragmentation de l'espace initié par l'urbanisme fonctionnel et d'intensification des activités que l'urbanisme durable, reposant sur un équilibre entre l'épanouissement social, le développement économique et la préservation écologique, doit imposer une nouvelle manière de penser la ville.

Ajoutée à cela, la pénétration de plus en plus profonde des NTIC¹ dans les foyers permet à l'ensemble des individus de rester en permanence connectés à l'information ainsi qu'au reste de la société et empreint donc de leur fonctionnement le comportement des personnes ; une transformation qui touche donc l'ensemble des sociétés occidentales mais également les attitudes individuelles, la ville et la manière de la concevoir. L'ensemble des domaines humains et urbains est donc en changement que ce soit au niveau de la mobilité, de l'environnement construit, du paysage, de la manière d'appréhender la ville ou encore des habitudes, de la culture, de l'éducation des individus. L'objet ville et ses composantes changent de manière objective mais également l'image que les individus s'en font de manière subjective de par les transformations sociales.

De ce fait, le présent travail s'appuiera sur une vision urbanistique durable de l'espace par et pour l'homme avec la mise en perspective des nouvelles évolutions de nos sociétés. De plus celui-ci se fera sur une échelle réduite, à savoir le centre-ville Bullois dont l'objet sera explicité par la suite, permettant ainsi de réaliser une étude sur l'ensemble des objets énoncés.

¹ Nouvelles technologies de l'information et de la communication

Table des matières

| | |
|---|----|
| CHAPITRE 1 INTRODUCTION | 1 |
| 1.1. Contexte de l'étude | 3 |
| 1.1.1. De l'épistème urbain... | 3 |
| 1.1.2. ... A la notion d'espace vécu | 5 |
| 1.2. Objectifs et plan d'étude | 7 |
| 1.3. Questions, postulats et hypothèses de recherche | 9 |
| 1.4. Cadre spatial de l'étude | 11 |
| CHAPITRE 2 L'APPROCHE BEHAVIORISTE | 13 |
| 2.1. Clarification du discours et choix scientifique | 15 |
| 2.2. Du réel objectif à la perception individuelle | 15 |
| 2.3. La notion de paysage urbain : quel rôle dans la perception de la ville ? | 17 |
| 2.4. Perception et conditionnement du comportement en milieu urbain ? | 24 |
| 2.4.1. Systèmes perceptifs | 24 |
| 2.4.2. Mémorisation et temporalité | 27 |
| 2.4.3. Comportement en milieu urbain | 30 |
| 2.5. La territorialité comme véhicule épistémique de l'aménagement urbain | 32 |
| CHAPITRE 3 LA PERCEPTION DE L'ACTIVITE COMMERCIALE EN CENTRE-VILLE | 37 |
| 3.1. L'activité commerciale : composante majeure de l'image du centre-ville | 39 |
| 3.2. L'évolution commerciale : des théories traditionnelles à un cadre conceptuel nouveau | 40 |
| 3.2.1. Société postindustrielle : composantes et mécanismes des changements | 40 |
| 3.2.2. Une hiérarchisation des villes toujours en progression : les localisations interurbaines | 42 |
| 3.2.2.1. <i>Du modèle classique...</i> | 42 |
| 3.2.2.2. <i>... Aux concepts nouveaux</i> | 44 |
| 3.2.3. Une différenciation spatiale concentrique : les localisations intra-urbaines | 45 |
| 3.2.3.1. <i>Du modèle monocentrique ...</i> | 45 |
| 3.2.3.2. <i>... Aux concepts d'aujourd'hui</i> | 46 |
| 3.3. Le commerce de détail : entre spécialisation et banalisation du centre-ville | 47 |
| 3.3.1. Mutations récentes des centres-villes | 48 |
| 3.3.2. Spécialisation traditionnelle ou banalisation des produits ? | 49 |
| 3.4. Perception individuelle et comportement commercial | 50 |
| 3.5. Etat de la recherche dans la perception commerciale | 51 |
| 3.6. Synthèse théorique et perspectives méthodologiques | 54 |
| CHAPITRE 4 DISPOSITIF DE L'ENQUETE | 55 |
| 4.1. Le cadre conceptuel d'une analyse behavioriste : la complémentarité d'une analyse micro-spatiale aux modèles d'organisations | 57 |
| 4.2. Biais et inférence géographiques | 59 |
| 4.3. Approche de l'étude | 59 |
| 4.4. Qualification de la zone d'étude | 60 |
| 4.4.1. Un choix spatial fonction de l'emphase démographique | 60 |
| 4.4.2. Les zones d'étude | 62 |
| 4.4.2.1. <i>Description des zones d'étude et éléments structurants du paysage urbain</i> | 62 |
| 4.4.2.2. <i>Inventaire commercial comparatif dans la ville de Bulle</i> | 65 |

| | |
|--|------------|
| 4.5. Méthodologie | 66 |
| 4.5.1. Caractéristiques et déroulement de l'enquête | 66 |
| 4.5.2. De l'analyse macro-spatiale à l'analyse micro-spatiale | 67 |
| 4.5.2.1. Hiérarchie des villes | 67 |
| 4.5.2.2. L'observation non-participante dans la compréhension du centre-ville | 67 |
| 4.5.2.3. L'approche micro-géographique | 68 |
| 4.5.3. Comportement commercial et perception du centre-ville : questionnaire | 68 |
| 4.5.3.1. Structure et validité du questionnaire | 68 |
| 4.5.3.2. Echantillonnage | 72 |
| 4.5.4. Plan de l'analyse des données | 72 |
| CHAPITRE 5 ANALYSE | 75 |
| 5.1. Bulle et la hiérarchie des villes régionales et extra-régionales | 77 |
| 5.1.1. Dynamiques générales | 77 |
| 5.1.2. Synthèse 1 : Le cadre de vie bullois | 77 |
| 5.2. L'observation directe au service d'une définition des espaces actions | 78 |
| 5.2.1. Temporalités | 79 |
| 5.2.2. Enquête de terrain – entre intensité commerciale et socialisation | 79 |
| 5.2.3. Synthèse 2 : Conditionnements temporels, rythmicités et habitudes | 85 |
| 5.3. Une typologie des usagers dans la compréhension perceptive | 85 |
| 5.3.1. Caractéristiques sociodémographiques de l'échantillon | 86 |
| 5.3.2. Modes de vie et habitudes : un comparatif des schémas logiques | 87 |
| 5.3.3. Cadre bâti, fonctionnalités et espaces de projection : un comparatif des repères et des échelles complémentaire à la compréhension des schémas logiques | 94 |
| 5.3.4. Synthèse 3 : Appréciation de la ville et qualification du paysage urbain perçu | 98 |
| 5.4. La territorialité comme déterminant perceptif | 105 |
| 5.4.1. Une perception globale différenciée : la nécessité d'une corrélation perceptive et sociale | 106 |
| 5.4.1.1. Explication du modèle | 106 |
| 5.4.1.2. Définition et estimation du modèle | 109 |
| 5.4.2. Interprétation des résultats : déterminants sociaux, perceptions et comportements | 110 |
| 5.4.2.1. Analyse en composantes catégorielles : une corrélation des schémas logiques et des perceptions | 110 |
| 5.4.2.2. Analyse en composantes principales : mise en évidence des discours territoriaux | 116 |
| 5.4.3. Synthèse 4 : Une complexité systémique dans la compréhension du lien homme-environnement | 119 |
| CHAPITRE CONCLUSIONS | 123 |
| CHAPITRE BIBLIOGRAPHIE | 131 |
| CHAPITRE ANNEXES | 139 |
| Annexe 1 : Liste des commerces | 141 |
| Annexe 2 : Questionnaire | 145 |
| Annexe 3 : Photographies et illustrations | 147 |
| Annexe 4 : Analyses multivariées | 152 |
| Annexe 5 : Résumé des échelles sémantiques | 156 |

Table des figures

| | |
|--|----|
| Figure 1.1. : Modèle schématique des liens entre espace objectif et espace subjectif | 6 |
| Figure 1.2. : Lots des travaux dans le centre historique | 12 |
| Figure 2.1. : Modèle simplifié réalité – image | 19 |
| Figure 2.2. : Schéma complexifié réalité – image | 20 |
| Figure 2.3. : Schéma modèle simplifié du réel – action | 20 |
| Figure 2.4. : Schéma des séquences de l'action | 21 |
| Figure 2.5. : Modèle conceptuel de l'espace – action | 24 |
| Figure 2.6. : Schéma de transmission des messages | 26 |
| Figure 2.7. : Schéma perception – mémorisation | 28 |
| Figure 2.8. : Schéma Homme – Société – Milieu urbain | 35 |
| Figure 3.1. : Composantes de la localisation des services | 41 |
| Figure 3.2. : Modèle de Christaller | 43 |
| Figure 3.3. : Modèle de Hubs & Spokes | 45 |
| Figure 3.4. : Pratiques commerciales | 49 |
| Figure 4.1. : Approche de l'étude | 60 |
| Figure 4.2. : PAL Bulle | 61 |
| Figure 4.3. : Situation géographique du centre-ville de Bulle | 63 |
| Figure 4.4. : Situation géographique de Gruyère-centre | 64 |
| Figure 4.5. : Situation géographique de La Tour-centre | 65 |
| Figure 5.1. : Carte du centre historique et des sens de circulation | 79 |
| Figure 5.2. : Détail : Place du Tilleul | 80 |
| Figure 5.3. : Détail : Grand-Rue et places de stationnement | 80 |
| Figure 5.4. : Détail : Place du Marché et stationnements | 80 |
| Figure 5.5. : Carte du centre historique et rues de circulations | 81 |
| Figure 5.6. : Carte zone commerciale Gruyère-Centre | 81 |
| Figure 5.7. : Carte zone commerciale La Tour-Centre | 81 |
| Figure 5.8. : Photo panoramique Place du Tilleul jour de marché | 83 |
| Figure 5.9. : Photo Grand-Rue jour de marché | 84 |
| Figure 5.10. : Photo Rue de la Promenade jour de marché | 84 |
| Figure 5.11. : Photo Grand-Rue jour du Slow-up | 84 |
| Figure 5.12. : Photo Grand-Rue jour du Slow-up | 84 |
| Figure 5.13. : Résidentialité selon centre et périphérie | 88 |
| Figure 5.14. : Mobilité et déplacements selon centre et périphérie | 88 |
| Figure 5.15. : Motifs de déplacement selon centre et périphérie | 89 |
| Figure 5.16. : Nombre de motifs de déplacement selon centre et périphérie | 90 |
| Figure 5.17. : Durée de l'activité selon centre et périphérie | 90 |
| Figure 5.18. : Fréquence d'achats selon centre et périphérie | 92 |

| | |
|--|-----|
| Figure 5.19 : Fréquentation journalière du centre-ville selon centre et périphérie | 93 |
| Figure 5.20. : Fréquentation journalière des centres commerciaux selon centre et périphérie | 93 |
| Figure 5.21. : Fréquentation hebdomadaire du centre-ville et des centres-commerciaux selon centre et périph...94 | |
| Figure 5.22. : Moyenne des notations par catégories entre centre(s)-ville et commerciaux..... | 95 |
| Figure 5.23. : Notation de l'activité commerciale entre centre(s)-ville et commerciaux | 96 |
| Figure 5.24. : Notation de l'activité sociale entre centre(s)-ville et commerciaux | 96 |
| Figure 5.25. : Notation de l'aménagement entre centre(s)-ville et commerciaux..... | 97 |
| Figure 5.26. : Notation de l'atmosphère entre centre(s)-ville et commerciaux..... | 98 |
| Figure 5.27. : Notation moyenne du cadre de vie bullois en fonction du lieu d'enquête | 99 |
| Figure 5.28. : Proportion des occurrences de réponses en fonction des attributs caractéristiques | 99 |
| Figure 5.29. : Proportion des occurrences de réponses en fonction de ce que les individus aiment | 101 |
| Figure 5.30. : Proportion des occurrences de réponses en fonction de ce que les individus n'aiment pas | 103 |
| Figure 5.31. : Schéma des corrélations..... | 120 |
| | |
| Figure 8.1. : Scree Plot..... | 154 |

Liste des tableaux

| | |
|--|-----|
| Tableau 1.1 : Rappel des postulats de recherche..... | 9 |
| Tableau 1.2 : Hypothèses « Perception de l'espace »..... | 10 |
| Tableau 1.3 : Hypothèses « Environnement urbain et comportement »..... | 10 |
| Tableau 2.1 : Classement des éléments constants et singuliers de l'environnement construit..... | 23 |
| Tableau 2.2 : Les systèmes perceptifs..... | 25 |
| Tableau 2.3 : Des seuils de sensibilité à la mémorisation..... | 28 |
| Tableau 2.4 : Traits et composantes de l'environnement..... | 31 |
| Tableau 2.5 : Niveau des modalités entre le moi et le monde..... | 33 |
| Tableau 4.1 : Chiffres clés de l'évolution démographique de Bulle..... | 61 |
| Tableau 4.2 : Résumé des commerces et services..... | 66 |
| Tableau 4.3 : Items du questionnaire..... | 70 |
| Tableau 4.4 : Items du questionnaire (suite)..... | 71 |
| Tableau 4.5 : Plan de l'analyse des données..... | 73 |
| Tableau 5.1 : Temporalités d'observation du centre-ville et des centres commerciaux..... | 79 |
| Tableau 5.2 : Profil sociodémographique de l'échantillon..... | 87 |
| Tableau 5.3 : Proportion des répondants par temps de trajet en fonction des répondants totaux de chaque catégorie de moyen de transport..... | 89 |
| Tableau 5.4 : Proportion des occurrences de réponse par motif de déplacement en fonction des occurrences totales de chaque catégorie d'âge (en %)..... | 91 |
| Tableau 5.5 : Proportion des occurrences de réponse par motif de déplacement en fonction des occurrences totales de chaque catégorie de moyen de transport (en %)..... | 91 |
| Tableau 5.6 : Proportion des répondants par temporalités d'achats en fonction des répondants totaux de chaque catégorie de moyen de transport (en %)..... | 92 |
| Tableau 5.7 : Catégories et sous-catégories de réponses « caractéristiques » (en %)..... | 100 |
| Tableau 5.8 : Catégories et sous-catégories de réponses « aime » (en %)..... | 102 |
| Tableau 5.9 : Catégories et sous-catégories de réponses « n'aime pas » (en %)..... | 104 |
| Tableau 5.10 : Echelles sémantiques perceptives..... | 107 |
| Tableau 5.11 : Résumé de l'analyse en composantes catégorielles..... | 109 |
| Tableau 5.12 : Résumé de l'analyse en composantes principales..... | 110 |
| Tableau 5.13 : Répartition par emploi en fonction de l'âge (en %)..... | 111 |
| Tableau 5.14 : Répartition par âge en fonction de la durée résidentielle (en %)..... | 111 |
| Tableau 5.15 : Répartition par emploi en fonction de la durée résidentielle (en %)..... | 111 |
| Tableau 5.16 : Appréciation de la rurbanité en fonction de l'âge (en %)..... | 112 |
| Tableau 5.17 : Appréciation de l'attachement en fonction de l'âge (en %)..... | 112 |
| Tableau 5.18 : Appréciation de la mobilité en fonction de l'âge (en %)..... | 113 |
| Tableau 5.19 : Appréciation de la rurbanité en fonction de l'emploi (en %)..... | 113 |
| Tableau 5.20 : Appréciation de l'attachement en fonction de l'emploi (en %)..... | 113 |
| Tableau 5.21 : Appréciation de la mobilité en fonction de l'emploi (en %)..... | 113 |
| Tableau 5.22 : Appréciation de l'attachement en fonction de la rurbanité (en %)..... | 114 |

| | |
|--|-----|
| Tableau 5.23 : Appréciation de la mobilité en fonction de la rurbanité (en %) | 114 |
| Tableau 5.24 : Appréciation de la mobilité en fonction de l'attachement (en %) | 114 |
| Tableau 5.25 : Appréciation de l'aménagement en fonction de la commercialité (en %) | 115 |
| Tableau 5.26 : Appréciation de l'ambiance en fonction de la fréquentation journalière (en %) | 115 |
| Tableau 5.27 : Appréciation de la mobilité en fonction du transport utilisé (en %) | 116 |
| Tableau 5.28 : Appréciation de l'aménagement en fonction du transport utilisé (en %) | 116 |
| Tableau 5.29 : Appréciation de l'aménagement en fonction de la mobilité (en %) | 117 |
| Tableau 5.30 : Répartition de la fréquentation journalière en fonction de l'âge (en %) | 117 |
| Tableau 5.31 : Appréciation de la rurbanité en fonction de la fréquentation journalière (en %) | 117 |
| Tableau 5.32 : Appréciation de la commercialité en fonction de l'âge (en %) | 118 |
| Tableau 5.33 : Appréciation de la rurbanité en fonction de la commercialité (en %) | 118 |
| Tableau 5.34 : Appréciation de l'attachement en fonction du diplôme (en %) | 119 |
| Tableau 5.35 : Appréciation de l'ambiance en fonction de la durée résidentielle (en %) | 119 |
| | |
| Tableau 8.1 : Commerces Centre-ville | 141 |
| Tableau 8.2 : Commerces Gruyère-Centre | 143 |
| Tableau 8.3 : Commerces La Tour-Centre | 144 |
| Tableau 8.4 : Total Variance Explained | 152 |
| Tableau 8.5 : Communalities | 152 |
| Tableau 8.6 : Component Matrixa | 153 |
| Tableau 8.7 : Rotated Component Matrixa | 153 |
| Tableau 8.8 : Iteration History | 155 |
| Tableau 8.9 : Component Loadings | 155 |
| Tableau 8.10 : Echelles sémantiques perceptives | 156 |
| Tableau 8.11 : Echelle sémantique aménagement | 156 |
| Tableau 8.12 : Echelle sémantique mobilité | 156 |
| Tableau 8.13 : Echelle sémantique rurbanité | 157 |
| Tableau 8.14 : Echelle sémantique attachement | 157 |
| Tableau 8.15 : Echelle sémantique commercialité | 157 |
| Tableau 8.16 : Echelle sémantique ambiance | 157 |

Liste des annexes

| | |
|---|------------|
| ANNEXE 1 : LISTE DES COMMERCES | 141 |
| Annexe 1.1 : Liste exhaustive des commerces du centre-ville | 141 |
| Annexe 1.2 : Liste exhaustive des commerces de Gruyère-Centre | 143 |
| Annexe 1.3 : Liste exhaustive des commerces de La Tour-Centre | 144 |
| ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRE | 145 |
| Annexe 2.1 : Variables sociales | 145 |
| Annexe 2.2 : Structure urbaine de Bulle | 145 |
| Annexe 2.3 : Zone d'étude et comportement commercial | 145 |
| Annexe 2.4 : Variables sociales suite | 146 |
| ANNEXE 3 : PHOTOGRAPHIES ET ILLUSTRATIONS | 147 |
| Annexe 3.1 : Grand-Rue jour de marché folklorique | 147 |
| Annexe 3.2 : Grand-Rue jour de Slow-up | 148 |
| Annexe 3.3 : Grand-Rue | 149 |
| Annexe 3.4 : Gruyère-Centre | 150 |
| Annexe 3.5 : La Tour-Centre | 151 |
| ANNEXE 4 : ANALYSES MULTIVARIÉES | 152 |
| Annexe 4.1 : Analyse en composantes principales | 152 |
| Annexe 4.2 : Analyse en composantes catégorielles | 155 |
| ANNEXE 5 : RÉSUMÉ DES ÉCHELLES SÉMANTIQUES | 156 |

CHAPITRE 1

INTRODUCTION

1.1. Contexte de l'étude

1.1.1. De l'épistème urbain...

Le changement des comportements sociétaux touche l'ensemble de l'épistème constitué sur la ville dont la mobilité qui en constitue une composante importante et revêt de nombreux enjeux et défis pour l'aménagement du territoire. L'augmentation croissante des véhicules motorisés individuels depuis la fin des années 1940 – fruit d'un mode d'aménagement fonctionnaliste encourageant l'utilisation de la voiture individuelle – permet un déplacement rapide et aisé pour les individus mais cause des problèmes non négligeables dans les villes ; on pense notamment aux effets de transformation morphologique de la ville (étalement urbain, fragmentation), mais également aux problèmes de pollution atmosphérique et sonore que l'intense circulation occasionne.

Devant l'ampleur du phénomène et ses effets peu désirables, une nécessité de réduction des circulations automobiles *intra-muros* est désormais à prendre en compte dans l'aménagement du territoire et plus particulièrement dans les centres villes.

« Quelles solutions sont donc envisagées pour restructurer les espaces centraux des villes afin de réduire les circulations et permettre une amélioration de la « qualité de vie » de ces espaces ? »

Deux tendances liées à l'utilisation de l'automobile sont à dégager en premier lieu. D'une part, la mobilité n'augmente pas de manière significative en nombre de déplacements individuels mais l'on observe bel et bien une croissance des déplacements en véhicule motorisé individuel. D'autre part, on constate une augmentation du temps consacré aux déplacements chez les individus notamment pour les activités de loisirs et de travail (Kaufmann, 2008, p. 14-15). Ces tendances sont donc une conséquence des changements sociaux liés aux nouvelles technologies de (télé-)communication et de transport marquant une transformation de notre rapport à l'espace et au temps (Kaufmann, 2008, p. 19).

En effet, avant les années 1960, marquées par l'urbanisme fonctionnel, la société était empreinte d'une séparation des fonctions, de la division du travail par sexe et du primat de la catégorie socio-professionnelle dans l'identité de l'individu ; ce qui démontre une attention particulière à la différenciation spatiale des activités : *« [changer] de rôle impliquait généralement que l'on change de lieu »* (Kaufmann, 2008, p. 19). Aujourd'hui, ce modèle s'estompé et il en résulte une superposition spatiale et temporelle accrue des rôles des individus au quotidien à mettre en lien avec les nouveaux modes de vie des sociétés contemporaines. Cette multitude de nouvelles potentialités change donc fortement le rapport à l'espace et au temps des individus, et implique également le changement des pratiques de l'aménagement du territoire pour éviter une dégradation des centres par l'utilisation intensive de l'automobile. Le changement de paradigme au sein de l'aménagement du territoire vise donc la promotion du respect de l'environnement, une croissance économique ainsi qu'une idée de justice sociale apparentée à une qualité urbaine pour tout type d'usager comme nous l'avons déjà présenté. Pour ce faire, de nombreux principes sont développés afin d'optimiser les usages et fonctionnalités de certains territoires et de nouvelles formes d'aménagement de zones spécifiques ont vu le jour comme de nouvelles méthodes d'organisation des circulations.

Dès la fin des années 1980, la Suisse développa différentes zones (zone 30 km/h, zone de rencontre à 20 km/h et zone piétonne excluant totalement la voiture) pour contrer l'augmentation du trafic dans les centres urbains. *« Pour des raisons qui tiennent à la fois à l'intensité des problèmes, aux capacités techniques des services de l'administration, et à une forme de culture urbaine, les instruments de modération du trafic ont été d'abord mis en œuvre dans les grandes villes, et ne se sont diffusés que dans un second temps vers les périphéries »* (Dumont, 2007, p. 56). C'est ainsi que la ville de Bulle – région d'étude choisie pour ce travail – a entrepris ses modifications urbaines, et plus particulièrement celles de son centre historique en 2007 comme l'une des mesures complémentaires à l'arrivée de la route de contournement H189 terminée tous deux respectivement en 2010 pour la route de contournement et en 2011 pour le centre-ville où le modèle de zone 30 km/h fut retenu (Bulletin no 1). La ville de Bulle, située dans le sud fribourgeois et composée d'environ 20'000 habitants, constitue donc un excellent champ d'étude sur les pratiques de régulation du trafic routier en centre-ville.

La création d'une zone 30 km/h change donc fortement la dynamique de l'espace considéré. D'une zone de trafic de transit, celle-ci devient une zone à modération de la circulation (zone 30) apportant « [...] une convivialité [...] comparable à celle que l'on pourrait attendre d'une zone de rencontre. » (Flâneur d'Or, 2008, p. 6). Le but avoué des autorités est donc de « [...] profiter de la réalisation de la H189 pour améliorer la qualité de vie en ville. » (Flâneur d'Or 2008, 2008, p. 4) et ainsi permettre une hybridation de l'espace : autoriser un trafic automobile tout en octroyant aux piétons un lieu de rencontre dans la même zone et augmentant de ce fait les fonctions (usages prévus par l'aménageur) et les usages (usages réalisés par les utilisateurs) de la rue.

Revenons un instant sur la notion de qualité de vie qui, selon les maîtres d'œuvre du projet bullois, doit être améliorée en centre-ville. Selon Alexandre Chematoff (Vues sur la ville, 2009, p. 3), « *les villes sont faites pour faire des expériences* » ; ces expériences comprenant toujours deux volets. Un « faire » représentant les possibilités d'actions des usagers de l'espace et un « sentir », réunissant un ensemble de perception, un cadre pour cette action. C'est ainsi que concevoir la qualité urbaine demande une compréhension des supports du « faire » (les fonctions) mais également une compréhension des supports du « percevoir » (le cadre de ces fonctions : l'espace dans lequel les individus évoluent) et ce pour la multitude d'usagers potentiels de l'espace, afin de réaliser des aménagements de qualité pour ces derniers. « *Les significations potentielles de la qualité urbaine sont [donc] infinies* » (Vues sur la ville, 2009, p. 3) et représentent un réel défi pour les concepteurs : quelle qualité ? Qu'est-ce que c'est ? Et enfin, sous quelle subjectivité ?

Ajoutez à cela, non seulement une multitude d'utilisateurs du centre, mais également une complexité des jeux d'acteurs ayant chacun des objectifs diamétralement opposés : comment peut-on rendre compte de la qualité urbaine pour un commerçant devant réaliser un profit pour subvenir à ses besoins et un usager occasionnel de l'espace ayant des objectifs variés dans le temps et dans l'espace ? Comment faire coïncider deux réalités inconciliables de « [...] *l'univers infiniment foisonnant des représentations subjectives et le monde circonscrit et objectif des formes urbaines* » ? (Vues sur la ville, 2009, p. 3)

On comprend donc que « *[la] qualité urbaine ne peut [...] pas se contenter de normes techniques, mais doit être pensée pour offrir un support à la multiplicité des significations qu'y projettent les usagers.* » (Vues sur la ville, 2009, p. 3). Il devient ainsi nécessaire d'identifier un certain nombre de dimensions communes à tout individu dont pourrait découler les principes permettant un aménagement urbain de qualité (Dind, 2009) et de ce fait rendre compte des composantes définissant la qualité de vie pour l'ensemble des utilisateurs lors de l'évaluation de la qualité urbaine.

Mais cette réduction des significations, comme l'explique Antoine Bailly, reviendrait à oublier deux contraintes majeures dans l'étude des comportements et des représentations de l'image mentale des individus ; ce qui nous fait donc directement passer d'une analyse descriptive des organisations à un schéma déterministe qui par extension fait abstraction de l'individualisme (Bailly, 1980, p. 6). D'une part, l'information et les *stimuli* du milieu ne provoquent pas les mêmes réactions chez l'ensemble des individus ; les comportements individuels variant en fonction du sujet, des types de message et de l'environnement dans lequel la personne évolue puisque le milieu est avant tout une relation sujet-objet (Bailly, 1980, p. 1 et p. 6) et ensuite – découlant de la première contrainte – « *[l'] espace n'existe qu'à travers les perceptions que l'individu peut en avoir, qui conditionnent nécessairement toutes ses réactions ultérieures. A ce titre cet espace est loin d'être équivalent à lui-même [...]* » (Bailly, 1980, p. 5).

De ce fait et par la mise en perspective de l'objet avec l'évolution des sociétés occidentales, « *[si] l'individu en milieu urbain se voit offrir un choix d'organisation plus grand qu'auparavant, sa perception sera moins homogène. Par suite de la taille accrue des villes, il peut rencontrer des personnes de milieux, de cultures différents, et résider ou travailler dans des espaces divers. Par suite de ces possibilités, le concept d'image personnelle devient plus important, pour l'élaboration de modèles géographiques. La perception de la ville n'est donc pas simple ; entre la projection des stimuli de l'environnement et notre comportement existent une série de processus mentaux complexes [...]* » (Bailly, 1980, p. 6) ; ainsi chaque individu se crée, par le biais géographique, un modèle simplifié de la réalité par rapport aux *stimuli* perçus et à ses composantes sociales propres – on pense notamment à sa culture, son éducation, ses valeurs, sa catégorie socio-professionnelle... – qui conditionneront son comportement vis-à-vis de l'espace.

Pour poursuivre sur les autres domaines nous intéressant, les contraintes économiques dues à la spécialisation du centre en zone de marché de proximité donnent une fonction distincte et attractive à cette centralité par rapport aux zones résidentielles avoisinantes. Il est donc important de prendre en compte l'aspect commercial comme le souligne Philippe Houze puisque « *[nos] magasins participent pleinement à la vie de la cité au sens quotidien du terme car leur activité est branchée directement sur les attentes et les besoins des gens* » (Houze, 1998). Là encore, l'image mentale est influencée par les fonctions spécifiques de l'espace étudié. Il faudra donc définir de manière objective les fonctions spécifiques que permet l'espace du centre historique et leurs incidences sur les représentations individuelles de l'objet.

Enfin, il faudra se préoccuper des modifications de l'espace et de la circulation induit par la création de la zone 30 km/h et de la perception subjective qu'en ont les usagers. A la lecture de la brochure technique du TCS² on comprends que « *[contrairement] à une idée largement répandue, les zones 30 ou de rencontre ne contribuent pas de manière significative à l'amélioration de la qualité de l'air, ni à la réduction des nuisances sonores [...]* » (TCS, 2008, p. 2) et ceci s'explique notamment par le fait que ce n'est pas la configuration de la zone qui permet ces améliorations mais l'influence de ces zones sur le comportement des automobilistes. On constate donc que le comportement de circulation de ces derniers est plus déterminant que l'aménagement urbain pour permettre une réduction des nuisances. Le problème peut donc être exposé de la manière suivante : ces nuisances vis-à-vis des piétons et des habitants sont-elles prises en compte dans la perception qu'a la population de la cité ? La réduction éventuelle des pollutions influence-t-elle l'image de la Grand-Rue ?

1.1.2. ... A la notion d'espace vécu

Suite à la présentation qui vient d'être réalisée, plusieurs notions sont à clarifier afin de réaliser une analyse globale tenant compte de l'objectivité de l'espace – s'il y a possibilité de la définir – et de sa subjectivité – la représentation mentale de cet espace par les individus – ainsi que de l'orientation générale de l'analyse suivant la géographie behavioriste.

Ainsi, attardons-nous un instant sur la définition objective de « *la rue* ». Mise à part la fonction circulatoire primordiale qui devient l'essence même de l'objet, son artefact, que reste-il à la rue une fois celle-ci amputée ? La rue n'a-t-elle réellement qu'une vocation de passage ? Ne pourrait-elle pas marquer le temps de l'arrêt que ce soit lors de flâneries permettant le lèche-vitrine et ne s'apparente-t-elle pas quelques fois à un centre commercial à ciel-ouvert ? N'est-il pas rare d'observer au détour d'une ruelle, un enfant jouer au ballon ou encore sur une terrasse bordant la rue, un groupe de personnes argumentant tel ou tel sujet d'actualité ?

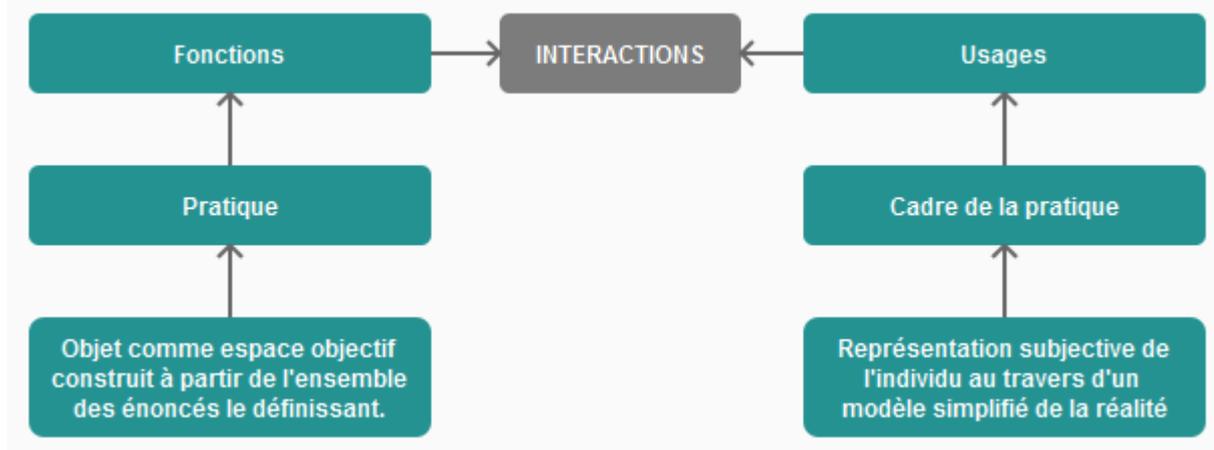
Cette multitude d'usages et donc d'utilisations et d'appropriations de la rue par les individus reflète parfaitement l'ambivalence de l'objet défini singulièrement plus haut ainsi que le questionnement qui en a résulté. La rue ne serait donc pas un objet à définition unique, qualifiable par des fonctions permettant le passage. Nous l'avons vu, « *la rue* » est également autre chose. Mais comment, dans ce cas, donner une définition précise et englobant l'ensemble de ces pratiques et des supports de ces pratiques ?

Il peut être intéressant, pour résoudre ce problème de précision de définition de l'objet, de rendre compte du perpétuel changement de l'objet plutôt que de vouloir l'unifier. Comme le dit Foucault, l'unité de l'objet ne permet pas d'individualiser un ensemble d'énoncés et d'établir entre eux une relation descriptive et constante, mais un objet est défini par l'ensemble des formulations bien plus qu'il ne définit lui-même des énoncés. Et l'ensemble des énoncés n'est pas le même à travers le domaine choisi ; l'objet devient alors plusieurs objets d'où l'incapacité d'admettre une unité valable pour constituer un ensemble d'énoncés concernant l'objet. Dans cette logique, l'unité des discours ou des pratiques sur l'objet n'est pas l'objet en lui-même, mais l'ensemble des règles qui rendent compte de sa perpétuelle différence issue des champs traités (M. Foucault, 1968, p. 21-23).

La rue devient de ce fait objectivement le véhicule épistémique d'une partie des pratiques quotidiennes de l'espace en même temps que le support de ses actions. Son essence prend donc une multitude de composantes suivant le domaine choisi (politique, économique, sociale, aménagement, usage, discipline d'étude...) et est la pluralité des lieux d'interactions entre usages et fonctions, entre individus et aménagement (fig. 1.1).

² Touring Club Suisse

Figure 1.1. : Modèle schématique des liens entre espace objectif et espace subjectif



Julien Glasson, 2013

Mais s'arrêter à cette étape serait illusoire si l'on veut tendre vers une théorisation des comportements de l'individu. L'espace rue revêt une dualité de champs que nous avons trop rapidement unifiée dans un système émiqme du concepteur urbain ; celui de la pratique qui est descriptif, et celui du cadre de cette pratique se situant au niveau de l'individu puis du groupe. Si l'espace de la pratique ne peut comporter qu'une seule définition de la rue, il peut objectivement, suivant le domaine choisi, comme nous l'avons vu précédemment, rendre compte de la pluralité des énoncés le définissant, mais qu'en est-il du champ du cadre de la pratique ? Celui offrant la capacité d'interaction humaine et par extension laissant la place à la subjectivité de l'individu lui permettant d'analyser l'espace, de le comprendre, le mémoriser, de se créer un modèle spatial réducteur de l'objet et enfin permettant l'action à travers tel ou tel comportement.

Pour ce faire, il faut à nouveau revenir aux notions de perception et d'images mentales clarifiées par Bailly : « Cette image, à partir de laquelle se décide le comportement spatial des citoyens, est un mélange d'éléments réels et d'idées fausses, survalorisant certains aspects et laissant d'autres dans la pénombre ; elle est le résultat de l'information reçue personnellement par chaque individu, d'informations indirectes plus ou moins fiables, de données et de système de valeurs répandus par le milieu culturel ou manipulé par les moyens de communications de masse » (Bailly, 1980, p. 15). Ainsi, l'image mentale de l'espace que se crée l'individu est une réduction de la réalité, mais ce modèle est également unique pour chaque individu puisqu'influencé par les facteurs décrit précédemment et devient l'espace de projection, l'espace vécu par et pour chaque individu.

Cette notion, outre le fait d'avoir permis un questionnement et un repositionnement de la géographie dans les années 1970, prend donc en compte ces deux composantes du territoire : les objets (naturels ou construits) et les sujets vivants ainsi que leurs représentations (Frémont, 1982, p. 9). Au fil des ans, le concept évolua ; ce qui permis une meilleure compréhension de la spatialité et du lien sujet-objet :

« Du sujet aux objets, l'espace n'est pas une donnée figée mais une construction progressive qui se forme peu à peu par enveloppes successives, de la naissance à l'adolescence, puis qui se rétracte jusqu'à la mort... »

Entre les sexes, les fréquentations et les perceptions ne sont pas limpiment uniformes ; des ségrégations, explicites ou occultes, interviennent, porteurs de désirs et de frustrations...

Entre les classes sociales, l'espace est très inégalement fréquenté, contrôlé, maîtrisé, à la mesure des pouvoirs...

Les images de l'espace naissent des appels et des frustrations des sujets individuellement repris dans le prisme des idéologies par les groupes dominants. » (Frémont in Bailly, 1982, p. 10)

Ainsi, comme le souligne Antoine Bailly, la géographie de la perception permet une complémentarité avec les analyses descriptives standards pour une meilleure compréhension de l'espace et des projections que l'homme y réalise : « En nous attachant aux données individuelles sur les attitudes dans les aires de dimensions réduites, nous privilégions les logiques liées à la perception et à l'expérience sociale du milieu. En identifiant les lieux

mentionnés par certaines personnes, nous introduisons dans l'analyse géographique les systèmes territoriaux symboliques. [...] On ne s'interroge pas sur la façon dont la demande est créée par la société, mais sur les mécanismes générateurs des images mentales. Les relations entre personnes forment alors la structure des échanges sociaux et par analyse des fréquences des réponses et des régularités dans les attitudes, nous identifions la complexité des systèmes de significations. » (Bailly, 1982, p. 74).

Ce système d'analyse fondé sur la géographie behavioriste permet d'une part, grâce à une étude descriptive, de dégager la personnalité objective du milieu urbain (la pratique) et d'autre part, d'établir un rapport sujet-objet qui rend par extension possible l'analyse du paysage subjectif (le cadre de cette pratique). Seule donc l'analyse de l'individu et ensuite du groupe peut permettre la compréhension des règles menant au comportement. Le sujet et ses motivations deviennent l'élément de référence pour apprécier les rapports homme-milieu (Bailly, 1980, p. 37). Pour clarifier mon propos, prenons l'exemple d'une table. Celle-ci, outre le fait d'avoir un support plat en telle ou telle matière et comporter un nombre de pieds satisfaisant à son support (donc trois minimum) doit permettre la fonction pour laquelle elle fût créée – manger, se divertir, prendre l'apéro... C'est ce que l'on nommerait la pratique, l'objectivité de la réalité. Mais à travers ses expériences et son éducation, l'homme, lorsqu'on lui demande de penser à une table, va imaginer l'objet comme symbole construit par ses sens. La table devient le lieu imagé des réunions de famille ou de la contrainte lorsque celui-ci devait finir son plat avant de pouvoir sortir de table... « *Selon cette perspective, l'être humain construit son expérience du monde à travers une activité symbolique, c'est-à-dire que sa relation aux objets, aux personnes et aux événements n'est pas directe, étant toujours médiatisée par des symboles* » (Paillé, 2012, p. 62). C'est cette expérience du monde que nous nommons cadre de la pratique ou réduction subjective de la réalité.

Enfin, il est nécessaire de justifier le choix d'une telle approche dans une perspective d'aménagiste ; celle-ci permet non seulement le passage d'une attitude émiqne du concepteur à l'utilisation de méthodes étiqnes englobant la population – et de ce fait encourage un renouveau participatif dans la conception urbaine – mais celle-ci est également « *[...] polyvalente. Elle permet à l'homme-habitant d'exprimer l'ensemble des qualités de l'espace qu'il connaît ainsi que les relations privilégiées qu'il entretient avec la portion de territoire qu'il s'approprie.* » (Chiffele, 1982, p. 124).

De cette manière, l'ensemble des thématiques de l'analyse du centre-ville de Bulle – à savoir l'activité commerciale, les circulations et l'aménagement du centre proprement dit – sont englobées à travers l'analyse comportementale des individus et groupes fréquentant le lieu d'étude permettant, comme nous l'avons cité précédemment, de clarifier les liens entre l'homme et son milieu de vie.

1.2. Objectifs et plan d'étude

« La recherche d'une explication satisfaisante des groupements humains a entraîné le développement de ce que nous appelons la macro-géographie, [...]. Avec les progrès dans les moyens de communication individuels (automobile – téléphone...), la protection de la vie privée, l'apparition d'une société éclatée (famille au sens étroit) et la croissance urbaine, les relations humaines deviennent plus variées. [...], les personnes disposent de leur propre filtre vis-à-vis des émetteurs extérieurs. » (Bailly, 1980, p. 289) Et par conséquent, l'analyse des relations entre les différents groupes sociaux, mais également entre l'homme et son milieu devient de moins en moins aisée si l'on ne s'intéresse qu'aux groupements restreints de personnes dans un environnement toujours complexifié.

Dans la perspective d'apporter une réponse sur la congruence des liens que l'individu noue avec le monde extérieur, ce travail devra nécessairement comporter une pluralité d'échelles d'analyse ; sans quoi, l'ensemble des phénomènes mesurés sur un territoire réduit comporterait trop de biais et d'inférences pour espérer être considéré scientifiquement. Si Bailly insiste autant sur la notion de complémentarité des approches – la géographie behavioriste comme complément de l'analyse des organisations – c'est que les premières études réalisées dans le domaine de la perception comportaient trop de schémas aléatoires ; « *[les] attitudes à l'égard de l'environnement [reflétant] trop de variations liées à l'utilisation des mots, au tempérament, à la personnalité et indirectement au rôle des glandes endocrines, pour permettre de délicates généralisations.* »

« *Le besoin d'un environnement qui ne soit pas seulement bien organisé, mais également poétique et symbolique doit faire comprendre aux aménageurs que l'homme est l'interlocuteur privilégié de son environnement.* » (Bailly, 1980, p. 292). Ainsi, l'objectif de cette recherche sera de préciser les structures et les régulations dans la perception afin de réduire ce qui semble dû au hasard par la complémentarité d'une analyse des organisations et d'une analyse micro-géographique sur la perception de l'environnement bâti dans le centre-ville de Bulle. Sans oublier l'insertion de la fonction commerciale comme composante essentielle à l'environnement du centre-ville historique bullois ainsi que la transformation des circulations comme élément d'entrée d'une étude sur la perception individuel du milieu bâti et de la relation homme-environnement. Le présent travail prend donc comme principe que la perception humaine est en partie fonction de l'environnement et est donc guidé par les thèses suivantes (Bailly, 1980, p. 292) :

1. **Il est possible de mesurer et quantifier la perception.**
2. **Le milieu urbain, riche en signes, peut servir de milieu d'étude.**
3. **L'homme ne peut échapper à sa propre culture, à sa propre expérience ; ce qui façonnent sa perception du monde.**

L'ensemble de ces postulats formulés de manière générale nous permettront un prolongement de la réflexion autour de la perception de l'environnement et de la fonction commerciale par la reformulation d'hypothèses sous-jacentes en lien avec le remaniement du plan de circulation du centre-ville de Bulle. L'étude poursuit donc un objectif double : d'une part, la démonstration qu'une étude de la représentation individuelle de l'espace par la population est réalisable sur un territoire réduit malgré les inférences inhérentes à l'objet et par extension qu'elle peut aider les aménagistes dans leur œuvre et d'autre part, que le réaménagement du centre-ville a changé objectivement les dynamiques de l'espace étudié ainsi que l'activité commerciale et de ce fait la représentation subjective des usagers fréquentant le lieu. La structure générale du travail va donc s'orienter autour des points suivants :

1. La présentation d'une géographie behavioriste et ses implications épistémologiques dans la recherche scientifique ainsi que ses avantages dans la définition de la qualité de l'aménagement urbain.
2. La mise en lumière des évolutions de l'activité commerciale dans la dualité centre-périphérie et sa représentation quantifiée à Bulle ainsi qu'une définition des variables qui font du centre-ville une représentation mentale unique auprès de la population.
3. L'étude du lien entre l'environnement construit (forme, fonction et usage) et la représentation mentale de l'espace par l'individu qui influenceront son comportement lors d'une recherche empirique dans la zone délimitée du centre-ville de Bulle. Ceci afin de comprendre le comportement (commercial) au travers de l'image du centre historique.

En résumé : « Quel comportement (commercial) adopte l'utilisateur du centre-ville en fonction de l'image dudit centre qu'il s'est forgé à travers ses caractéristiques sociales et son expérience de l'environnement après réaménagement de l'espace en zone 30 km/h ? »

Afin de comprendre le changement de paradigme entre l'étude des organisations et l'étude de l'individu au sein de la géographie, le chapitre 2 éclairera le lecteur sur les implications d'une telle approche. Ceci sera complété par une présentation générale du système perceptif humaine et des implications de la mémorisation et de la fragmentation de la réalité au travers d'un modèle réduit et personnel de l'espace. Il est également important de prendre en compte l'ensemble des postulats émis ci-dessus par Antoine Bailly afin de les vérifier et d'apporter des compléments méthodologiques à la recherche.

Le chapitre 3 présentera l'état de la recherche de la géographie behavioriste dans le domaine de l'activité commerciale après l'introduction de l'évolution commerciale dans les villes contemporaines. L'état et la synthèse de la recherche dans la géographie de la perception et le comportement commercial y seront également mentionnés pour déterminer les postulats valides à utiliser dans les chapitres 4 et 5.

Les recommandations méthodologiques serviront de base pour l'introduction du chapitre constitutif du dispositif d'enquête empirique ainsi qu'une présentation détaillée de l'objet d'étude. Le développement d'une typologie et d'une synthèse des pôles commerciaux centraux et périphériques y seront également mentionnés. Il s'agira de définir le type d'activité que l'on retrouve à tel pôle de la ville, mais également d'effectuer un inventaire complet des commerces pour la mise en perspective des différences notoires dans lesdits pôles. Ces éléments permettront un éclairage des comportements commerciaux de la population de par la nature du service proposé.

Enfin, les derniers chapitres seront respectivement consacrés à l'analyse des données récoltées et la formulation d'une conclusion sur l'ensemble du travail – que ce soit au niveau de l'objet ou de la méthode utilisée. La représentation du centre-ville de Bulle par les habitants ainsi que son attractivité commerciale par rapport à la périphérie seront au centre de l'analyse. Une attention particulière sera également apportée au lien entre l'homme et son environnement et si les éléments particuliers de l'aménagement de l'espace du centre urbain et leur transformation sont constitutifs des représentations individuelles.

1.3. Questions, postulats et hypothèses de recherche

Dans l'optique de dégager les spécificités de la zone du centre-ville et une certaine compréhension du lien homme-environnement sur l'espace concerné, cette étude prendra à partie plusieurs sites commerciaux de la ville de Bulle dans une approche comparative. Ceci, en plus de dégager les attributs caractéristiques du centre-ville, permettra de comprendre les logiques d'attraction et comportementales sur la zone étudiée.

Ainsi, les fondements théoriques de la géographie behavioriste permettront la mise en place méthodologique répondant aux objectifs fixés ; la présentation succincte des postulats développés par ce courant de pensée – plus densément développé par la suite du travail – vous est présentée par le tableau ci-dessous (tab. 1.1) :

Tableau 1.1 : Rappel des postulats de recherche

| | |
|-----|---|
| P.1 | Il est possible de mesurer et quantifier la perception. |
| P.2 | Le milieu urbain, riche en signes, peut servir de milieu d'étude. |
| P.3 | L'homme ne peut échapper à sa propre culture, à sa propre expérience ; ce qui façonnent sa perception du monde. |
| P.4 | Il existe dans l'image du centre-ville de Bulle des constantes selon les groupes sociaux. |
| P.5 | On peut appréhender les images des différents groupes sociaux à l'aide d'analyses factorielles. |

Les liens entre le cadrage théorique de la perception et du comportement commercial et la disposition comparative de ce comportement entre centre et périphérie vont permettre la formulation d'hypothèses orientant l'étude et par conséquent les types d'analyse. Dans un premier temps et grâce à la géographie behavioriste, il conviendra de constater si le réaménagement du centre-ville laisse une bonne appréciation aux usagers de par l'image qu'ils s'en font. Ceci permet de mettre en évidence la relation homme-milieu dans le centre-ville de Bulle et d'en dégager les usages correspondant aux attentes des sujets fréquentant le lieu. Deuxièmement, il sera question d'évaluer l'importance de l'environnement bâti dans le comportement commercial issu de la perception de l'espace par l'individu afin de mettre en avant l'implication de l'environnement bâti ou des services à la clientèle dans les choix commerciaux du sujet. Les étapes susmentionnées résument la question générale de l'étude :

1. Quelles modifications entraîne la création d'une zone 30 km/h dans le centre-ville bullois sur la perception des usagers de cet espace et par extension sur leurs comportements ?

La question générale peut être développée en sous-questions permettant un approfondissement du travail :

- A. Quelle est l'image du centre-ville, en tant que centre historique, commercial et de par ses caractéristiques du cadre bâti, à travers la perception que s'en font les différents usagers et qui sont ces usagers ?
- B. Dans quelle mesure la composante commerciale de cette image est liée à l'influence du cadre bâti et les individus présents selon lequel le centre-ville se distingue ?

Par cette recherche, nous pourrions mettre en avant tant les avantages apportés par la création de la zone 30 km/h que ses carences et déterminer si ce type de zone est le plus propice au centre-ville que ce soit pour les usagers occasionnels voulant profiter du centre historique ou les individus s'y rendant pour achats uniquement. De ce fait, nous pourrions également tester l'acceptabilité du réaménagement par la population fréquentant le lieu.

Lors d'une première analyse comparée entre centre-ville et centres commerciaux périphériques sur la perception des usagers, nous nous intéressons bien évidemment à l'image que renvoie ledit centre mais plus particulièrement par sa mise en lien de l'observation personnelle de l'individu et du groupe social. La première série d'hypothèse vise à déterminer s'il existe des différences dans la fréquentation des deux espaces suivant la perception des groupes sociaux en présence et les rapports de domination de l'espace ainsi qu'une évaluation du lien entre l'homme et l'environnement :

Tableau 1.2 : Hypothèses « Perception de l'espace »

| | |
|------------|---|
| A.1 | En fonction des caractéristiques socio-économiques des individus ainsi que de leur expérience du milieu, les perceptions de la ville seront différentes. |
| A.2 | Par simplification en partie de la réalité on peut réunir les images subjectives par catégories d'individus. |
| A.3 | Grâce à l'image spécifique qu'il dégage suivant les attributs caractéristiques de l'environnement bâti, le centre-ville attire certaines catégories d'individus et en exclu d'autres. |

Bien entendu, ces hypothèses perceptives spécifiques ainsi que les constantes trouvées dans les images des groupes sociaux seront spécifiques au terrain d'étude ; par là, je sous-entends que malgré l'appropriation d'une méthode de travail universelle, les perceptions étant fonction en partie de l'expérience individuelle, les résultats obtenus ne seront pas généralisables à toutes villes connaissant la même croissance ou ayant la même taille que Bulle.

La deuxième série d'hypothèses vise à déterminer si le centre-ville est bel et bien redevenu, dans l'imaginaire collectif, un espace multifonctionnel et accessible qui par son rayonnement attire plus d'individus sur le site et permettra une explication de la nature du lien entre homme et environnement. En confrontant image et comportement des sujets, nous pourrions déterminer les facteurs socio-économiques ainsi que ceux caractéristiques du cadre bâti entrant en compte dans la prise de décision menant à l'action ; l'évaluation de la composante commerciale pourra donc être mise en parallèle avec les autres variables du processus décisionnel et pondérée.

Tableau 1.3 : Hypothèses « Environnement urbain et comportement »

| | |
|------------|--|
| B.1 | De par sa création, la zone 30 km/h a favorisé les fonctions du centre-ville et son accessibilité : le centre urbain redevient le lieu des pratiques de consommation de biens et de signes et permet l'attractivité du site. |
| B.2 | La transformation de l'espace et par extension le renouvellement de l'image mentale du centre permet de favoriser la composante commerciale du site. |
| B.3 | La création de la zone 30 km/h permet aux commerces du centre de se distinguer des pôles commerciaux périphériques par l'attrait d'une typologie multiple d'usagers. |

Ainsi, les deux séries d'hypothèses détermineront d'une part, l'image du centre-ville suivant les catégories de personnes résidant à Bulle et d'autre part, la manière dont cette image influence le comportement commercial.

Comme cela sera présenté par la suite de cette recherche, la préférence du chercheur l'a fait s'arrêter sur l'utilisation d'une méthodologie rendant compte de ces différences perceptives. Il n'est donc pas étonnant qu'aux vues de la présentation qui vient d'être réalisée, que l'approche behavioriste, populaire dans les années 1970 à 1990, soit retenue ; celle-ci, caractérisée par des méthodes empruntées à la psychologie et aux sciences sociales, permettra d'atteindre les objectifs mentionnés notamment par la réalisation de questionnaires à la population, mais également d'une observation non-participante rendant compte de l'objectivité et des dynamiques de l'espace considérées.

1.4. Cadre spatial de l'étude

Le présent chapitre, faute d'explicitier en détails les spécificités du terrain d'étude (à savoir la Grand-Rue – centre historique de la ville), s'attardera sur les dynamiques générales de la ville de Bulle ; ceci permettra de brosser de manière large le contexte spatial de l'analyse avant de s'attarder par la suite plus finement sur les problématiques que représente le centre-ville.

À l'analyse des discours tenus par les syndics Jean-Paul Glasson³ et Yves Menoud⁴, l'urbanisme bullois apparaît comme une amorce nouvelle alors que la ville compte désormais près de 20'000 habitants en 2012 (Bulletins n° 8 et 9). Cet état d'esprit peut éventuellement caractériser la Gruyère dont l'histoire rurale marque encore largement les esprits dans une région composée principalement de petits villages. Bien entendu, certains de ces hameaux sont presque exclusivement habités d'individus ayant un mode de vie citadin mais d'autres occupent encore des paysans. Ces deux types d'habitat ont pour effet de créer une forte dépendance à l'automobile puisque l'offre en transport en commun ne peut concurrencer le moyen de transport individuel sur ce type de territoire.

Comme cité précédemment, la ville de Bulle, ou plutôt l'autorité politique bulloise n'a pris que tardivement conscience des enjeux d'organisation des circulations et de l'aménagement du territoire et c'est en l'espace d'environ trois ans (on ne compte pas ici la phase de projet) que celle-ci s'est donnée les possibilités de pallier à la situation. On peut donc encore voir aujourd'hui des zones 30 km/h mises en place dans la majorité des quartiers résidentiels de la ville mais la création de la zone à trafic modéré en centre-ville revêt une particularité par rapport à ces dernières. En effet, celle-ci est caractérisée par un attracteur commercial important autour duquel s'est développé de manière quasi-circulaire le bâti résidentiel, composante majeure de la ville. La localisation de centres commerciaux (Migros et Coop) aux deux entrées périphériques se sont développés par la suite pour limiter la circulation de transit à l'intérieur de la cité. L'activité commerciale est donc importante dans cette zone ; on a pu le voir dans le choix du type d'espace à créer, puisqu'une opposition entre les commerçants et l'autorité politique voulant mettre le centre en zone piétonne pour le bien-être de la population a débouché sur un choix intermédiaire de zone à 30 km/h (entre zone piétonne et circulation automobile libre). On voit donc bien que le but de ce type d'aménagement est de trouver un juste milieu entre les revendications des membres de l'activité commerciale et la population. Nous pouvons également ajouté au problème l'essai de référendum mené par le parti socialiste afin de permettre un déclassement en zone piétonne du centre-ville durant l'été 2011. Si la manœuvre a convaincu les autorités politiques, elle échoua auprès des commerçants qui refusèrent une participation aux frais d'animation de la rue. Ce fut donc un véritable échec pour la vie du centre historique.

De plus, « [de] par sa situation géographique, la ville de Bulle constitue un verrou pour le trafic vers la vallée de l'Intyamon et le col du Jaun. Le trafic de transit engorge le centre-ville et provoque des nuisances considérables. S'y ajoute un trafic de distribution en forte hausse, générée par la croissance rapide du chef-lieu gruérien ces dernières années » (Flâneur d'Or 2008, p.3). La création de la route de contournement H189 a pu être subventionnée par la Confédération négociant des mesures d'accompagnements aménagées en centre-ville visant à respecter l'Ordonnance sur la protection de l'air et celle sur la protection contre le bruit (Bulletin n° 7). Le but avoué des autorités politiques est donc de mettre en place une nouvelle dynamique de cet espace « [...] pour que Bulle se transforme en vaste marché à ciel ouvert » (Jean-Paul Glasson, Bulletin n° 8, couverture). A noter également que les pénétrantes de la ville vont être modifiées d'ici à 2015 pour une meilleure accessibilité au centre-ville (Bulletin n° 7, p. 3) et qu'un service de transport public urbain fût mis en place afin d'accompagner le réaménagement de l'espace.

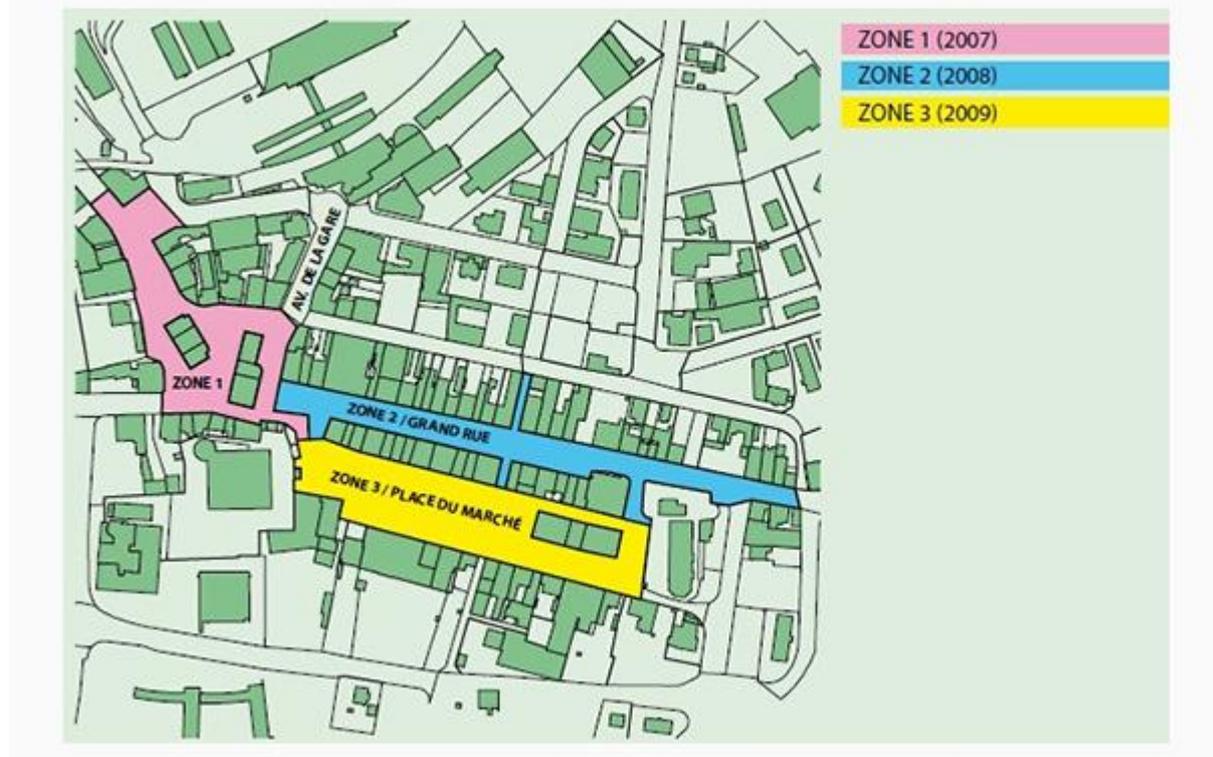
Concernant le centre-ville à proprement parler « [l'] étude urbanistique a été confiée à la suite d'un concours, à un groupe tessinois. Puis, l'attribution des trois lots (2007, 2008, 2009) à été soumise aux procédures des marchés publics. Trois entreprises différentes ont été choisies. Enfin, un consortium d'ingénieurs a été chargé de la direction locale des travaux. Quand au Service technique de la ville, il a assuré leur direction générale » (Philippe Gremaud⁵, Bulletin n° 7, p.3).

³ Syndic de Bulle de 1994 à 2009

⁴ Syndic de Bulle de 2009 à « en cours »

⁵ Conseiller communal en charge des travaux et des équipements

Figure 1.2. : Lots des travaux dans le centre historique (2009, Bulletin no 7, p. 3)



Julien Glasson, 2013

Pour poursuivre, il faut rappeler la forte croissance démographique qu'a connue la région bulloise depuis l'arrivée de l'autoroute A12 en 1981. Sa population est passée du simple au double entre 1983 et 2012 (www.bulle.ch). Longtemps en marge des grands axes ferroviaires, Bulle a pu développer son potentiel économique depuis l'ouverture de l'autoroute mais connaît également aujourd'hui une hausse potentielle de sa démographie avec la mise en place du RER S1 la reliant à Fribourg via Romont.

Enfin, il est intéressant de constater une surcharge de trafic sur la H189 peu après sa réalisation et qui, par conséquent, nécessite un nouveau réajustement des itinéraires par les automobilistes au sein de l'agglomération ; on est donc en droit de s'interroger, suivant l'évolution démographique et les mouvements de pendulaires, si les mesures prises par les autorités communales seront efficaces sur le long terme.

CHAPITRE 2

L'APPROCHE BEHAVIORISTE

2.1. Clarification du discours et choix scientifique

Avant toute chose, il est du devoir du chercheur de clarifier l'expression de son discours dans la perspective d'apporter une honnêteté scientifique vis-à-vis du lecteur. L'ensemble du propos qui va se présenter dans les points suivants correspond à une conception du monde dictée non seulement au niveau du choix de la problématique par l'auteur en fonction de ses préférences, mais également à celui des hypothèses retenues au départ de la construction intellectuelle du présent travail. C'est pourquoi « *[la] logique formelle des démarches, méthodes et théories, ne peut masquer le caractère cognitif de toute recherche scientifique.* » (Bailly, 1982, p. 71) et par extension les choix subjectifs opérés par le chercheur qui vous ont été présentés dans le chapitre premier.

2.2. Du réel objectif à la perception individuelle

« *Travailler en géographie de la perception, c'est non seulement comprendre les processus qui mènent de la perception, aux attitudes et aux comportements, à travers diverses expérimentations, c'est aussi réfléchir aux fondements épistémologiques et aux méthodes de cette direction de recherche. Appréhender la variété des échanges entre les individus, la société et leurs environnements pour en dégager les régularités existentielles, constitue la base de nos analyses ; ceci implique que nous explicitions tout d'abord les fondements de ce courant disciplinaire aussi clairement que possible.* » (Bailly, 1982, p. 69).

Aborder ce chapitre et par extension l'ensemble de cette recherche par la citation d'Antoine Bailly va permettre, indépendamment du fait de reconstituer la réalité de la géographie behavioriste par la mise en avant d'une dualité des points de vue qui relèvent de la production de la ville et de sa consommation, de proposer une piste de réflexion sur l'utilité d'une telle approche ainsi qu'une brève présentation des principaux fondements axiomatiques et méthodologiques de ce courant.

De ce fait, l'information et les *stimuli* de l'environnement proche ne provoquent pas les mêmes réactions chez l'homme. Les comportements individuels sont conditionnés par le cadre de vie, lui-même vecteur de significations variant en fonction du sujet, des types de messages et de l'environnement proche : « *[l]'homme serait donc susceptible de sélectionner les informations de l'environnement et de ne réagir qu'à ce qui le concerne. Une communication ne pourrait s'établir entre un émetteur et un récepteur que dans la mesure où ils partagent une certaine communauté d'intérêts, quelle que soit la forme du message.* » (Bailly, 1980, p. 4).

Par corrélation à l'évolution des sociétés, l'individu peut être confronté à toujours plus d'informations ; on pense notamment à l'arrivée des NTIC et aux réseaux relationnels multiples. A l'exemple du New-Yorkais ou d'une personne vivant dans un coin reculé de la campagne gruérienne, les sujets n'auront pas le même comportement face aux choix qu'ils opèrent et ceci rendra caduque une partie du réseau mis à disposition. « *Mais ce choix n'amène-t-il pas des distorsions dans la perception des individus ou des groupes ? Peut-on encore parler de citadins homogènes unidimensionnels répondant à des processus semblables et ayant des attitudes et des comportements spatiaux rationnels ?* ». (Bailly, 1980, p. 4). La réponse à ces questions est donc évidente : la nouvelle relation qu'entretiennent les individus à l'espace par la superposition des rôles dans cette évolution des modes de vie ne permet plus la mise en place d'un schéma déterministe abstrayant l'individualisme humain. Carence d'une géographie des organisations, l'approche perceptive naquit de ce manquement par la compréhension de l'interrelation qu'entretiennent les subjectivités individuelles avec le monde objectif réel (Bailly, 1980, p. 5).

Après la démonstration de l'utilité de la géographie behavioriste, attardons-nous un instant sur ses propos. Comme soulevé précédemment, ceux-ci prennent acte de deux points de vue divergents dans les études comportementales en milieu urbain : entre ceux qui relèvent de la production et ceux qui émanent de la consommation, l'approche perceptive met en évidence deux niveaux d'études distincts n'ayant généralement pas des objectifs conciliables – l'aménagiste tendant à dégager des moyens pour produire et l'utilisateur cherchant à satisfaire ses désirs (Bailly, 1982, p. 70). Et c'est bien sur ce dernier point que s'est concentré la géographie behavioriste : les attitudes de l'utilisateur, *l'homme-habitant*.

Dans l'optique d'unifier milieu urbain et paysage subjectif, un dépassement et une remise en cause d'analyses globales – bien que nécessaires, celles-ci ne peuvent prétendre à une compréhension de l'individualité – concentrées sur des apparents physiques ou statistiques représentent un des fondements du domaine des études perceptives (Bailly, 1982, p. 71). « *[La] géographie de la perception se consacre [donc] à la compréhension de la mise en œuvre de son territoire par des individus appartenant à la société : l'espace géographique est ainsi conçu à travers les représentations, les images que les individus se font de leur milieu de vie. Réticent à l'égard des perspectives morpho-fonctionnelles, des problématiques fonctionnalistes, tout un courant de la géographie va profiter de l'apport de disciplines connexes (psychologie, sémiologie, sociologie...) pour insister sur le rôle de la cognition, des espaces-vécus sur les pratiques spatiales. Ainsi [le chercheur] cherche-t-il à comprendre des discours sur l'espace émanant des divers groupes qui le fréquente [...].* (Bailly, 1982, p. 71). Les attitudes collectives liant homme – milieu sont toujours au centre de l'analyse, mais cette fois par l'intermédiaire de l'étude des petites collectivités et des individus afin de dégager le pourquoi des images mentales, la variété des attitudes et des pratiques spatiales (Bailly, 1982, p. 72).

Pour aller plus loin et justifier les postulats développés au point 1 du présent travail, l'exposé ainsi que l'illustration des propositions fondamentales de la géographie perceptive sont nécessaires :

1. « L'expérience cognitive peut être étudiée scientifiquement puisqu'elle reflète une intentionnalité »
(Bailly, 1982, p. 72)

Sans empiéter sur les domaines de la physique ou des mathématiques ne concernant pas cette étude, d'un point de vue scientifique, toute transmission et régulation d'une information provient de l'émission d'un message sur une longueur d'onde défini et perçu par un individu le recevant, l'organisant et le mémorisant. Ces deux dernières actions traduisent l'intentionnalité du receveur de dépassement de la simple information du message pour la rattacher à son vécu personnel et social. « *Ainsi l'individu interprète-t-il à travers des codes (biologiques, sociaux, personnels) sa perception propre du monde. Le problème scientifique devient alors celui des liens entre les significations du vécu individuel et l'objectivation nécessaire des codes utilisés par l'homme et les sciences.* » (Bailly, 1982, p. 72).

2. « Le réel objectif est indéterminé en dehors de nos construits » (Bailly, 1982, p. 72)

« *Il ne peut exister de définition objective du réel [...]* » (Raffestin in Bailly, 1982, p. 72), c'est l'individu lui-même qui donne, à travers sa subjectivité, son sens au monde construit qui l'entoure. Si l'on revient un instant au discours de Michel Foucault, l'ensemble des énoncés sur l'objet permettant son unité rend compte non seulement des domaines urbains tels que les aménagistes le conçoivent selon leur propre subjectivité mais également sous la subjectivité et l'image mentale de l'utilisateur. La réunification de l'ensemble de ces images en un seul système étiquette englobant la pluralité des perceptions ne permettra non pas d'unifier le réel objectif mais de rendre compte de la multitude d'objectivités latentes à chaque acteur de la ville. L'objectivité de l'espace n'existe donc pas en tant que tel mais seulement sous la pluralité des différentes perceptions spatiales individuelles issue de la relation homme – environnement. C'est ainsi que « *[...] la géographie de la perception a pour but d'éclairer les points de vue individuels et collectifs, et pour objet d'évaluer les relations reconnues qui rendent les individus inégaux.* » (Bailly, 1982, p. 72).

Ces deux propositions permettent un recentrement de la géographie behavioriste dans son approche de la cité. Pour comprendre la diversité des points de vues individuels, l'influence d'un vécu social sur les personnes, le chercheur doit se pencher sur le passage de l'attitude au comportement ; ce qui exige de ce dernier « *[...] une révolution psychologique : plutôt que de chercher des causalités entre les comportements, il met l'accent sur les attitudes qui permettent de saisir les forces antagonistes qui modèlent les configurations spatiales.* » (Bailly, 1982, p. 74). Les modèles organisationnels déterministes sont substitués par des données individuelles sur les attitudes dans des espaces réduits, privilégiant de ce fait les logiques perceptives et l'expérience sociale du milieu. « *En identifiant les lieux mentionnés par certaines personnes, nous introduisons dans l'analyse géographique les systèmes territoriaux symboliques. [...] On ne s'interroge pas sur la façon dont la demande est créée par la société, mais sur les mécanismes générateurs des images mentales. Les relations entre personnes forment alors la structure des échanges sociaux et par analyse des fréquences des réponses et des régularités dans les attitudes nous identifions la complexité des systèmes de significations.* » (Bailly, 1982, p. 74).

2.3. La notion de paysage urbain : quel rôle dans la perception de la ville ?

La transposition d'une théorie comportementale et perceptive à l'élément urbain sous-entend que la ville se donne à voir ; qu'elle renferme une quantité d'élément pouvant être appréhendé par l'usager, de signes qu'il peut comprendre et faire sien. Il convient donc dès lors d'évoquer l'ensemble du monde objectif urbain que l'individu s'approprie quotidiennement.

Au profit de l'expression d'une fonctionnalité exacerbée, la ville d'aujourd'hui tend à perdre sa symbolique et sa culture sociétale que possédaient les cités anciennes. « *Elle devient un lieu économique où des signes et des indicateurs standardisés permettent de se reconnaître [...]* » (Bailly, 1980, p. 15) ; où le caractère sacré est remplacé par un espace de reproduction de la société ; où chaque individu « *[...] perçoit à travers ses préoccupations sociales, culturelles, économiques et son expérience un milieu qui lui est propre.* » (Bailly, 1980, p. 15). Le fait urbain perd en profondeur mais les paysages de la cité se multiplient. Ce constat permet non seulement de corroborer les discours sur la diversité des représentations du cadre bâti mais également d'introduire la notion de paysage urbain « *[...] [résultant] à la fois de la perception structurée d'éléments majeurs et de la construction active de l'esprit.* » (Bailly, 1980, p. 16). On comprend vite que la description seule n'est pas suffisante et scientifique pour définir le paysage puisque la méthode ne rend pas compte des modalités d'interdépendances structurant les éléments constitutifs du paysage (Racine in Bailly, 1980, p. 17).

Ainsi, deux courants de pensée géographiques ont développés deux types d'approche pour comprendre cette notion. Se basant sur la relation homme – milieu, la première s'est attardée à partir de données agrégées à saisir la causalité de la fonction environnementale sur l'homme, et plus généralement sur les différents groupes d'individus. La théorie du « *stimulus – réponse* » naquit de cette réflexion et postule qu'une relation directe entre *stimuli* de l'environnement et comportement humain existe. Le concept d'image est donc banni dans ce paradigme déterministe – ou stochastique s'il y a introduction du hasard – où toute action de l'homme est dictée par ses fonctions. Théorie mécaniste réduisant les décisions humaines à l'assouvissement de ses besoins primaires, la critique de ce qui va être nommé comme le positivisme logique est mise en avant par certains chercheurs désireux de comprendre l'individu en tant que sujet « libre » et non purement déterminé par son milieu. C'est donc par l'intermédiaire de la géographie behavioriste induisant une démarche probabiliste d'essence phénoménologique – comprenez cette dernière notion en termes psychologiques, comme l'incorporation de la subjectivité individuelle dans un phénomène – que l'explication des rapports homme – environnement prend acte du monde subjectif ; l'introduction de variables telles que l'intuition, l'expérience commune et la physiologie personnelle permet la reconnaissance de la nature subjective du paysage et le rôle de l'image dans le processus cognitif – là encore, comprenez l'adjectif cognitif comme synonyme de perceptif dans les études behavioristes. Il en résulte qu'au centre de ce nouveau paradigme se situe un monde phénoménologique (Bailly, 1980, p. 17-18).

La notion de paysage devient davantage liée à l'expérience humaine et l'interdépendance de la perception, de l'apprentissage et de la cognition ; en acceptant cette philosophie phénoménologique, ces relations à l'environnement varient selon le sujet. « *La vision de l'architecte, de l'ingénieur est différente de celle de l'usager de la ville.* » (Bailly, 1980, p. 18). Mais la question qui reste en suspend est celle de l'échelle d'application de cette notion de paysage : « *S'agit-il de la perception du milieu de vie humain (voisin, bruit, vie du quartier) ou d'un paysage global où tout est intégré (cadre bâti, milieu social et culturel) ?* P. George suggère un élément de réponse en postulant que le paysage « *[...] ne peut être qualifié et classé dans une typologie géographique qu'en considération de tous les éléments invisibles qui lui donnent un sens.* » (P. George in Bailly, 1980, p. 18). La résultante est que la notion de paysage prend forme de la perception d'un tout, qui selon A. Bailly, peut être schématisé selon l'équation suivante :

$$\text{Nature} + \text{Milieu humain} = \text{Paysage}$$

Ainsi, le paysage est à la croisée des chemins entre organisations naturelles et humaines. Il est à la fois support et produit de et pour l'homme, mais de cet ensemble, l'individu ne peut contextualiser qu'une infime partie par sa perception. Naissent des images incomplètes et non-intégrées du monde réel enrichies par une symbolique propre à chaque sujet (Bailly, 1980, p. 18). Et même à chaque société, comme le soulignait à juste titre Michel Foucault dans son plaidoyer sur les *espaces autres* – nous n'allons pas entrer ici dans le détail de la théorie des contre-espaces et hétérotopies, mais cette introduction de Foucault permet d'illustrer mon propos – il existe dans

chaque société des utopies ; emplacements sans lieu réel qui « [...] *entretiennent avec l'espace réel de la société un rapport général d'analogie directe ou inversée. C'est la société elle-même perfectionnée ou c'est l'envers de la société, mais, de toute façon, ces utopies sont des espaces qui sont fondamentalement essentiellement irréels.* » (Foucault, 1984, p. 47). La perception devient ainsi un processus actif et créatif propre à chaque individu et potentiellement influencé par les dynamiques sociétales. En donnant priorité à certains éléments, dimensions ou encore *stimuli*, le sujet détermine certaines associations avant mémorisation qui permettront une synthèse cognitive. « *L'espace est donc à la fois un produit de la structure du paysage, [...], et le résultat de l'activité et de l'expérience perceptuelle du sujet* » (Bailly, 1980, p. 18).

L'application de cette notion à l'environnement urbain construit permet de dégager les éléments constitutifs de la ville influençant la perception humaine. Cheminements, limites, repères, nœuds, quartiers... sont autant d'éléments visibles qui suivant leur forme ou agencement influencent le processus cognitif individuel. Mais ces structures, présentées de manière brute, sont essentiellement des formes visuelles et ne considèrent pour l'instant aucunement le processus créatif du sujet. En ce sens, les caractéristiques socio-culturelles de la personne dans le « traitement » des *stimuli* perçus deviennent essentielles. Age, sexe, durée de résidence... sont autant de variables influençant l'image de la structure urbaine en complément des caractéristiques de l'espace à proprement parler. « *L'image d'une ville européenne se construit [donc] certainement plus sur des significations associées à des formes (symboles, spectacle des vitrines et des passants, fonctions surtout commerciales, administratives et culturelles) que sur les formes seules.* » (Rimbert in Bailly, 1980, p. 20).

De cette façon, la perception du paysage urbain, en acceptant la complémentarité des éléments singuliers ou constants de l'environnement à l'intégration de l'expérience individuelle, prend la forme d'une relation de familiarité entre l'homme et l'environnement. En effet, il n'est pas rare lorsqu'on entend discourir sur la cité comme le met en évidence Ledrut, de remarquer l'utilisation de qualificatifs propres à la définition du caractère ou de l'apparence humaine : « *[la] perception est symbolique et les images expriment en partie le contenu subjectif, affectif de la ville. On dit qu'une cité est triste, gaie, grise, ensoleillée, dynamique ou conservatrice [...]. Elle devient une structure vivante, de rencontre, de conflits, de création.* » (Ledrut in Bailly, 1980, p. 21). L'environnement physique trouve son équivalent dans l'environnement social ; la nature de cette relation étant déterminée par la nature de la familiarité du sujet au milieu. Si le paysage constitue le milieu de vie de l'individu, l'aspect social devient plus élaboré tandis que s'il est question d'un paysage non-vécu, c'est la perception sensible de l'environnement qui prendra le pas puisque la nature de la relation change. Cette dualité ne va donc pas sans poser problème à la discipline urbanistique dans son action : les décisions d'aménagements devant non seulement donner un sens à ce paysage multiple mais également s'adapter à celui des structures déjà en place (Bailly, 1980, p. 21).

L'urbanisme doit donc non plus s'attacher aux décisions humaines pour ce qu'elles sont en tant que comportement de groupe mais aux raisons profondes de ces dernières bien qu'il soit « [...] *plus facile d'appréhender ce qui se voit, ce qui est matériel, plutôt que ce qui est pensée, mémoire, imagination. En ne représentant que des êtres collectifs on évite de se disperser et d'approfondir ces cas individuels [...].* » (Bailly, 1980, p. 23) pourtant nécessaires à la compréhension de l'action personnelle et de l'appréhension de l'environnement par l'individu. L'image personnelle de la ville ainsi que le processus cognitif amenant cette image deviennent les éléments fondamentaux d'une analyse de la relation homme – milieu dans un espace considéré (Bailly, 1980, p. 23).

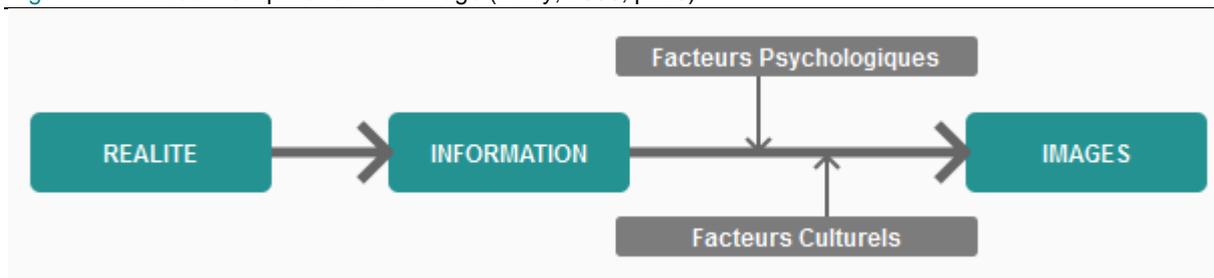
« *L'un des théorèmes de base de la théorie de l'image est que c'est l'image qui détermine ce qui peut être qualifié de comportement ordinaire de n'importe quel organisme ou organisation. L'image joue le rôle de support ; le comportement consiste à atteindre les régions les plus appréciées de ce support.* » (Boulding in Bailly, 1980, p. 23). Mais généralement, devant la complexité du monde, l'individu n'est pas capable de capter l'ensemble des informations qui se donnent à lui d'où l'image incomplète et non-intégrée qui en résulte. « *Un être qui ne possède [donc] qu'une image partielle de la réalité ne peut agir qu'en fonction de ce biais géographique. Cette limitation l'empêche d'avoir un comportement totalement rationnel [...]* (Simon in Bailly, 1980, p. 23) et permet de ce fait d'introduire la notion de rationalité limitée qui supprime la théorie mécaniste de « stimulus – réponse ». Comme nous l'explique Simon, « *[la] première conséquence du principe de rationalité limitée est que, pour atteindre cette rationalité désirée, l'acteur doit élaborer un modèle simplifié de la situation réelle afin de la comprendre. Il se conduit rationnellement en fonction de son modèle et un tel comportement ne reflète pas de manière optimale le monde réel. Pour prévoir son comportement il nous faut comprendre la manière dont est bâti le modèle simplifié*

et cette construction est certainement liée à la psychologie de l'individu, en tant qu'être percevant, pensant, mémorisant » (Simon in Bailly, 1980, p. 23).

De ce fait, les études de perception et de compréhension du processus de formation de l'image sont à la base des mécanismes du comportement ; ceci étant, avant d'entamer toute recherche behavioriste, il faut élaborer un modèle représentant ces mécanismes de perception, de formation de l'attitude ainsi que les variables ayant une influence sur l'individu dans sa prise de décision (Bailly, 1980, p. 24). Celui-ci comprend notamment la psychologie individuelle, la culture apprise sous une certaine influence sociétale, des réflexions socio-économiques et professionnelles et des codes de communications comme variables d'intervention. L'expérience vécue, que ce soit tout au long de la vie de l'acteur ou simplement du milieu donnée, n'est également pas à négliger. Enfin, l'originalité biologique ou encore l'information reçue par l'interaction personnelle avec le monde extérieur sont à inclure dans le modèle. On le voit, les indicateurs définis précédemment tiennent compte non seulement de la notion de familiarité qu'entretient l'individu dans sa relation au monde mais également des références propres au sujet ; ceci démontre que « [...] *seul l'environnement subjectif et affectif frappe l'homme ; l'objectivité morphologique n'a de valeur que pour les spécialistes.* » (Rimbert in Bailly, 1980, p.25). Cette dernière remarque ne doit pas faire oublier le fait que le présent travail est avant tout une recherche urbaine, mais plutôt que de se consacrer uniquement sur l'objectivité de l'espace, l'auteur a préféré, comme l'écrivait Mauriac à propos de la cité, « [...] *la forêt vivant qui s'y agite, et que creusent des passions plus forcenées qu'aucune tempête.* ».

Les bases analytiques ainsi posées, il convient dorénavant d'explicitier le processus de perception ; pour ce faire, il faut remonter du monde réel à l'image en y incluant et développant par la suite les différents filtres et variables réduisant la perception de la réalité (fig. 2.1).

Figure 2.1. : Modèle simplifié réalité – image (Bailly, 1980, p. 26)

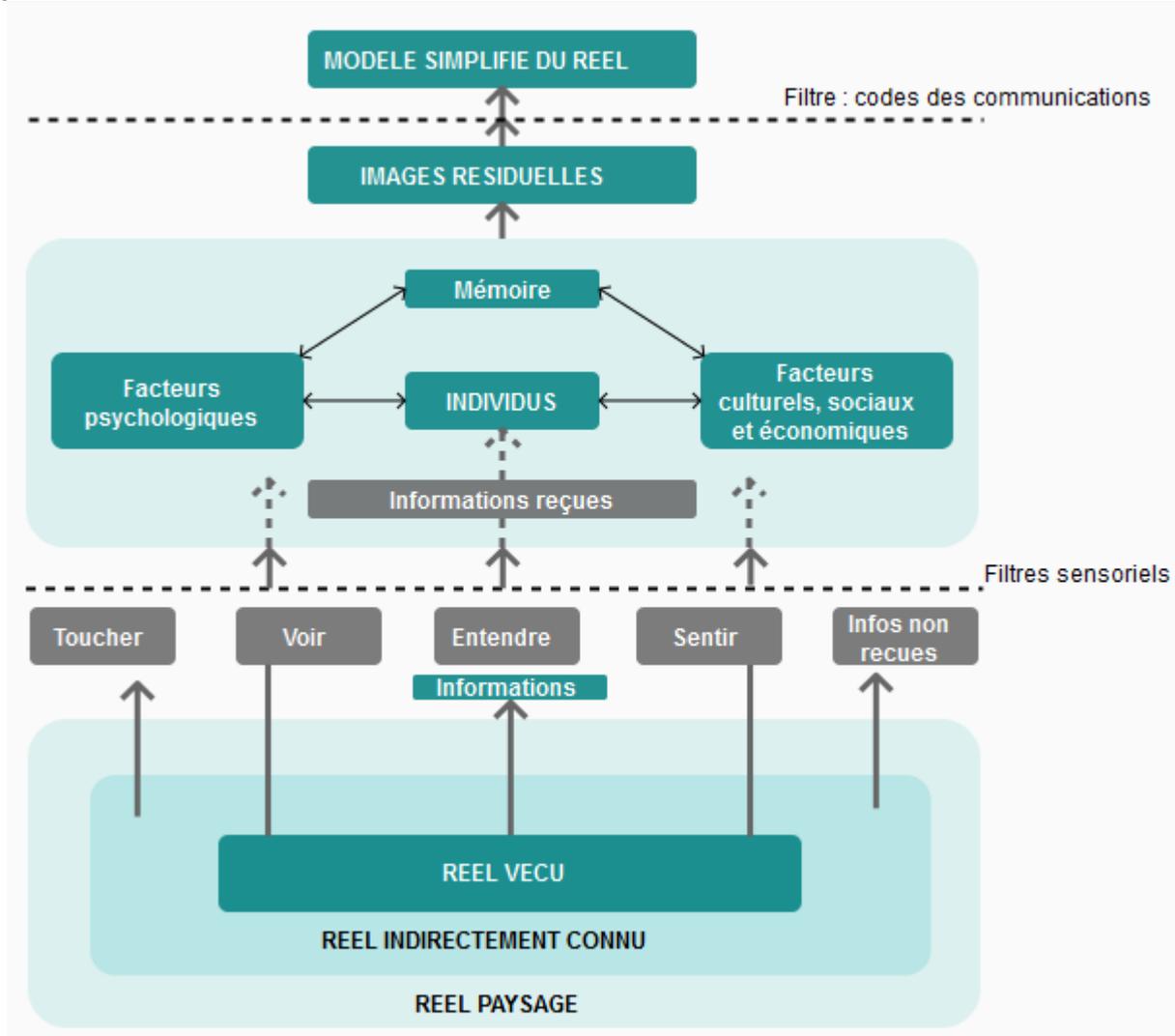


Julien Glasson, 2013

« [...] *Le comportement spatial est une fonction de l'image ; celle-ci représente le lien entre l'homme et son environnement.* » (Dows in Bailly, 1980, p. 26). Ainsi nous obtenons le schéma suivant qui permet la prise en compte de l'ensemble des variables d'intervention et des filtres développés précédemment (fig. 2.2). L'individu et par extension le groupe ne perçoivent directement que l'espace vécu (quartier, centre commercial, lieu d'emploi et de loisirs, axes de circulation utilisés) et indirectement les lieux dont les médias ou l'environnement social l'affectant. Il en découle, du fait des possibilités limitées du sujet, que l'espace réel est perçu partiellement et partialement ; l'information reçue de la réalité vécu résultant d'un filtrage opéré par l'ensemble des sens humains – toucher, voir, entendre qui permettent la perception – et des moyens de (télé)-communication – capacité de lire, familiarité ou encore accès à certaines technologies. On remarque donc que dans ce processus de perception, l'acteur intervient biologiquement dans un premier temps, mais comme « [...] *c'est un être pensant et mémorisant, un sens, une valeur sont donnés à cette information en rapport avec la personnalité profonde et le milieu culturel, social et économique. Ces interventions complexes, [...], déforment l'information en amplifiant ou la bloquant.* » (Bailly, 1980, p. 27). Généralement, si l'image perçue rappelle un souvenir agréable, l'individu va la développer, si elle choque, il y a blocage de l'information et de l'image qui en résulte.

« *Le processus de perception fait partie de nous, consciemment et inconsciemment. [...] A la suite de ce mécanisme, seule subsiste une image résiduelle que la personne, en fonction des codes de communication, transforme en modèle simplifié du réel.* » (Bailly, 1980, p. 27). Comprenez que les codes de communication – le langage si vous préférez – a tendance à ramener tout phénomène original à sa dominante de par le fait que le choix d'un nom, d'un adjectif ou d'un verbe pour nommer ce phénomène équivaut à établir un classement dans le processus de mémorisation de l'image par le sujet (Bailly, 1980, p. 27).

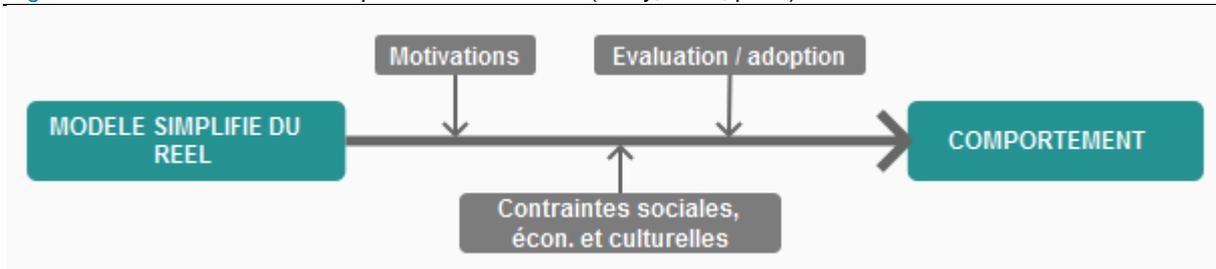
Figure 2.2. : Schéma complexifié réalité – image (Bailly, 1980, p. 26)



Julien Glasson, 2013

Ce processus de réduction du monde réel est à la base du comportement. Ainsi, si l'on prolonge le schéma 2.2 à partir du modèle simplifié, il en résulte qu'il mène à l'action par la prise en compte du sujet de l'ensemble de ses contraintes, motivations ainsi que sa personnalité qui vont conditionner l'acceptation ou le rejet du modèle (fig. 2.3) (Bailly, 1980, p. 28).

Figure 2.3. : Schéma modèle simplifié du réel – action (Bailly, 1980, p. 28)

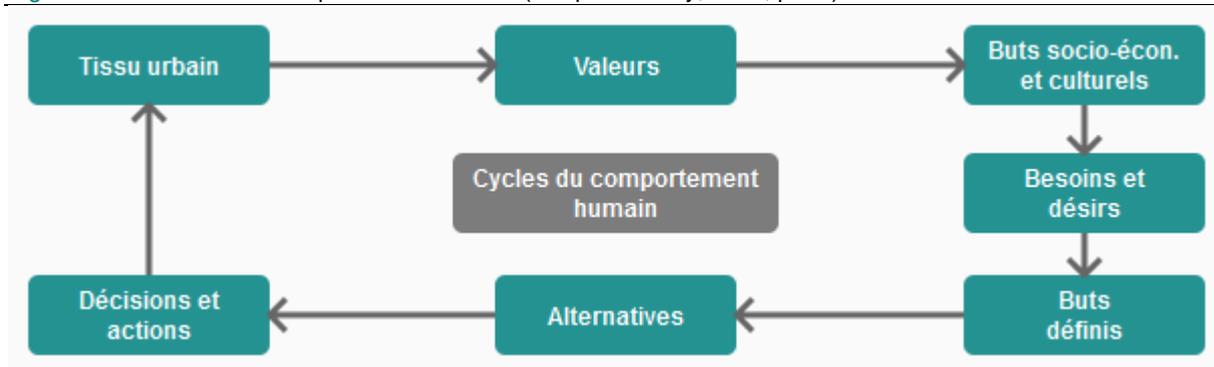


Julien Glasson, 2013

Cette mécanique cognitive – que nous avons pour l'instant défini comme linéaire depuis un point d'entrée qu'est l'environnement à un point de sortie que sera le comportement individuel en fonction de cet environnement – est en réalité à considérer selon une approche systémique dans le chaînage des séquences de l'action (fig. 2.4). Ainsi, les messages identifiés par la perception « [...] sont transformés en action et agissent indirectement sur le monde réel. La perception n'est donc pas seulement un vecteur mais un processus actif [...] » (Bailly, 1980, p.

27) « [...] et l'image de la ville constitue [...] un sous système qui influe sur le système urbain par son rôle dans le processus décisionnel. » (Bailly, 1980, p. 28). La perception, de par la constitution comportementale et l'influence qu'aura l'acteur sur le tissu urbain, devient une mécanique rétroactive.

Figure 2.4. : Schéma des séquences de l'action (Chapin in Bailly, 1980, p. 29)



Julien Glasson, 2013

Qu'en est-il à présent de la stabilité de ce système ? Les études de Doherty attrayant au comportement commercial des ménagères démontrent que l'intégration de l'image à un système existant sans entrée externe assure la stabilité du modèle simplifié sur une longue période ; tous les éléments concourant à un équilibre image – action – image se maintiennent par inertie. Il faut attendre l'arrivée d'un élément absent du système, comme l'implantation d'un nouveau centre commercial, pour qu'il y ait modification du système. L'information sera, comme nous l'avons évoqué précédemment, soit bloquée, ce qui assurera la stabilité du système par le maintien du précédent, soit prise en compte et entrainera un comportement émergent par le rééquilibrage du processus image – action – image (Doherty in Bailly, 1980, p. 28-30).

L'état du système est également évolutif dans les rapports de domination des différents groupes sociaux où une modification ou préservation de l'image spatiale leur est nécessaire au contrôle du comportement des acteurs évoluant dans cet environnement. A l'exemple des publicitaires cherchant à orienter les décisions pour vendre s'ajoute celui « [des] communautés politiques conservatrices [ayant] intérêt à maintenir une image de l'organisation urbaine qui favorise un contrôle de l'organisation sociale. Les habitants des quartiers aisés désirent également conserver « l'image de marque » de leur secteur pour éviter des baisses de valeur et des intrusions sociales ». (Bailly, 1980, p. 30). La magnification du centre-ville résulte de cette logique ; la centralité comme modèle et espace de culture. On le voit donc clairement : la modification de l'image n'est pas uniquement due à une transformation spatiale structurelle mais peut également être le fruit d'un fait de société. « L'espace perçu est à la fois physique et social. » (Bailly, 1980, p. 30).

Dès lors que nous avons esquissé les détails du processus perceptif ainsi que sa potentielle stabilité par effet de rétroaction, il convient de déterminer la place dudit processus dans les modèles urbains économiques ou sociaux. Les théories classiques de l'organisation sont directement fondées sur ces faits de conscience collective ou individuelle. Que se soit le modèle concentrique de Burgess, sectoriel de Hoyt ou encore Ullman et sa théorie des noyaux multiples ; tous soulèvent le problème essentiel de l'idée mentale que se fait l'individu de son environnement et de son rôle dans l'organisation de l'espace urbain. Pourtant, ceux-ci, en n'individualisant pas l'acteur comme unité de base, perdent de leur caractère explicatif. Prenons pour l'exemple le modèle de Hoyt qui illustrera notre propos. « La forme sectorielle trouvée par Hoyt résulte de ces hypothèses : pour améliorer leur statut, les individus doivent emménager dans de « meilleurs » secteurs où ils auront de « meilleures » résidences. Pour les classes aisées, cela signifie des habitations de qualité architecturale supérieure à ce qui existe. Ces constructions ne pourront être établies qu'à la périphérie urbaine, car les secteurs urbains existants sont déjà occupés par des gens de niveau socio-économique inférieur. Leurs anciennes résidences, devenues vacantes, seront occupées par des personnes désirant améliorer leur statut. Ce mouvement vers l'extérieur résulte donc de l'image symbolique que les groupes se font de la ville. » (Bailly, 1980, p. 31). L'étude de Winnick, mettant l'accent sur les raisons des déménagements, montre clairement que l'insatisfaction du logement prime sur l'insatisfaction du voisinage et ce même à l'intérieur des groupes sociaux jugés équivalents ; si le caractère social compte, il n'est pas essentiel et le modèle de Hoyt, par le nombre de nouvelles variables dépassant le seul caractère symbolique de l'environnement, ne peut englober cette complexité. Les problèmes de perception ne sont donc pas aussi simples que l'application des théories classiques d'organisation à l'espace. L'idée définissant

qu'un « [...] *sujet inscrit dans le réel la syntaxe de son propre discours, qui est en fait le discours de sa classe socio-économique [...]* » n'est qu'en partie vraie et est substitué par celle argumentant que « [...] *le paysage, regardé comme un réseau de signifié et de signifiants, est compris différemment par chacun, qu'il soit un individu ou un groupe* » (Bertrand in Bailly, 1980, p. 31).

De ce fait, il faut affiner notre connaissance des images perçues pour comprendre quel type de perception rentre en compte lors de la formation de l'image mentale menant au comportement. La remise en cause du modèle de Hoyt a déjà permis de déterminer que le système perceptif symbolique n'est pas équivalent chez chaque individu malgré son appartenance à un même groupe social. Ajoutée à ces propos, l'étude de J. Adams concernant les migrations intra-urbaines à Minneapolis, permet de définir un niveau de familiarité à l'espace en corrélant les préoccupations et activités du sujet sur certaines aires données. La corrélation permet de lier la lecture du milieu à la notion d'espace vécu. « *Dans l'espace réel, chacun perçoit son espace d'usage qui lui est propre.* » (Bailly, 1980, p. 32). Tout processus – que ce soit la préférence du lieu d'achats, de loisirs... ou encore résidentielle – dérive d'une connaissance directe et personnelle de l'environnement par le sujet en plus des variables définies au schéma 2.2. Ainsi, « *[l'] image mentale limitée de la cité réduit les possibilités de choix, tout comme les réflexes socio-culturels. De la perception des objets dans le cadre du milieu de vie, à la perception « symbolique » d'un quartier ou d'un ensemble urbain existent divers niveaux de perception complémentaires.* » (Bailly, 1980, p. 33).

L'ensemble de l'exposé qui vient d'être réalisé prend la forme de critères perceptifs englobant l'exhaustivité des éléments identifiées et explicitées précédemment sous la notion de familiarité au milieu urbain permettant de déterminer l'appréhension du monde subjectif individuel. Ainsi l'échelle, les repères et les schémas logiques conditionnent la perception humaine et le processus cognitif.

L'échelle devient un thème constant et la construction d'éléments singuliers à dimension humaine sont à favoriser, « [...] *car c'est la perception de l'échelle qui permet l'ordonnement et la structuration du paysage. Ce critère est en fait un critère de familiarité car le sujet s'est progressivement habitué à un certain nombre de dimensions usuelles.* » (Bailly, 1980, p. 33). En ce sens, la perspective – considérée dans notre cas comme la décroissance de l'apparence des objets en fonction de la distance – devient une notion fondamentale pour la perception visuelle et sonore de l'environnement mais ne devient un élément déterminant dans la compréhension de la perception du sujet qu'après avoir défini la composante de base de l'espace urbain : les volumes. Ceux-ci peuvent être compris en tant que mesure de la taille, de l'étendue d'un objet. Variant dans l'appréhension d'un acteur à l'autre, ils doivent de ce fait être définis par une requalification des composantes du langage des formes afin d'englober l'ensemble des variables issues de la diversité des individus les décrivant. Pour l'exemple, prenons des objets de volume identique mais de formes différentes : une pyramide, un cube et une sphère. Malgré la place identique que ces trois objets occupent dans l'espace, leur équilibre n'est pas le même en fonction de plusieurs critères évolutifs. Leur position par rapport à l'observateur ou à l'intensité lumineuse modifie sa perception par l'impression d'inégalité volumétrique qui en résulte. Tout changement des proportions – en conservant la forme de l'objet – modifie son caractère propre. Enfin, le message véhiculé par la forme de l'objet provoquera une réaction émotionnelle différente suivant l'individu et son expérience personnelle (Bailly, 1980, p. 33-34).

De plus, mis à part certains volumes singuliers du paysage, les objets n'apparaissent presque jamais seuls, mais en tant qu'élément inclus dans un système spatial expliquant ainsi que la structure et la forme soient liées, en particulier dans l'espace réel vécu. Les schémas logiques et les repères deviennent ainsi sous-jacents dans l'analyse des volumes spatiaux (Bailly, 1980, p. 35). Dans l'étude de la perception géométrique de la ville, que ce soit dans la prise en compte du mobilier urbain, des voies de circulation... l'ensemble des objets se présentant à l'observateur dépassent la taille humaine – entre vision éloignée où l'ensemble bâti apparaît dans son entier mais où les détails ne sont que peu visibles, et vision proche où l'inverse devient la norme – l'individu doit faire appel à sa mémoire pour permettre le lien entre les deux observations. L'étude du cheminement d'un sujet évoluant dans une zone déterminée peut donc offrir un moyen d'approche dans la compréhension de leur appréhension de la composition de l'espace en étudiant le lien entre ces deux images. De ce fait, « *[l'] adoption, l'attrait ou le rejet de la perspective, de l'échelle se traduisent dans le comportement.* » (Bailly, 1980, p. 35) et l'analyse d'une perception propre à l'individu devient possible. A noter également qu'un paysage perçu dynamiquement par un automobiliste n'est pas le même que le paysage rayonnant statique du piéton. La mobilité et la vitesse de déplacement impactent grandement sur l'échelle, la perception de l'objet qui en résulte mais également dans le

choix des repères : si un piéton s'attachera à un détail visuel, l'automobiliste prendra plutôt un ensemble général (rangée d'arbres...) comme élément de référence (Bailly, 1980, p. 37).

Enfin, « [les] schémas logiques, préétablis par la culture et l'éducation et imprimés dans la mémoire, constituent un [troisième] critère perceptif oublié dans la plupart des études de lisibilité. L'enfant enregistre un certain nombre d'images familières (place centrale de la ville, rue principale) qui symbolisent le fonctionnement logique. » (Bailly, 1980, p. 35). Un paysage inhabituel où l'agencement bâti ne correspondrait pas au schéma logique peut devenir une gêne pour l'observateur démontrant ainsi que la perception et par extension l'acceptation ou le rejet de l'image s'accompagne de l'attribution d'un jugement de valeurs chez l'individu. L'environnement urbain ou rural, que l'on pourrait qualifier d'anarchique à première vue est en fait, pour le sujet, organisé sur ces schémas logiques fabriquant le paysage : l'expérience, la culture et l'éducation font que l'homme trouve ou non, dans l'assemblage des éléments urbains, le fonctionnement logique qu'il attend et ceci pour toute échelle (Bailly, 1980, p. 36).

Comme nous le remarquons, ces trois descripteurs donnent des indications sur la structure du milieu urbain en tenant compte de la dimension et de la culture de l'homme. Mais, comme déjà défini, la perception étant un processus actif et que le sujet peut privilégier ses préférences personnelles par sa connaissance du milieu, l'expérience de la ville – incluant la variable durée de résidence – influence fortement les rapports homme – espace (Bailly, 1980, p. 37).

En somme, « [aux] « structurants moteurs » nécessaires dans toute typologie urbaine, les études de perception doivent ajouter les structurants culturels » permettant la relation entre individu et environnement et « [c'est] ce rapport sujet – objet qui rend possible l'analyse du paysage subjectif » (Bailly, 1980, p. 37-38). Seule donc une analyse au niveau de l'individu et ensuite du groupe peut permettre la compréhension des règles menant au comportement. De ce fait, l'ensemble des motivations de l'individu ainsi que ce dernier deviennent l'élément de référence pour apprécier les rapports homme – milieu.

Le présent travail fera par conséquent l'objet d'une typologie de l'espace rue en fonction des éléments singuliers et constants du paysage objectif urbain (tab. 2.1) avant d'entreprendre une analyse dégageant la perception individuelle puis de groupe du milieu.

Tableau 2.1 : Classement des éléments constants et singuliers de l'environnement construit (Bailly, 1980, p. 38)

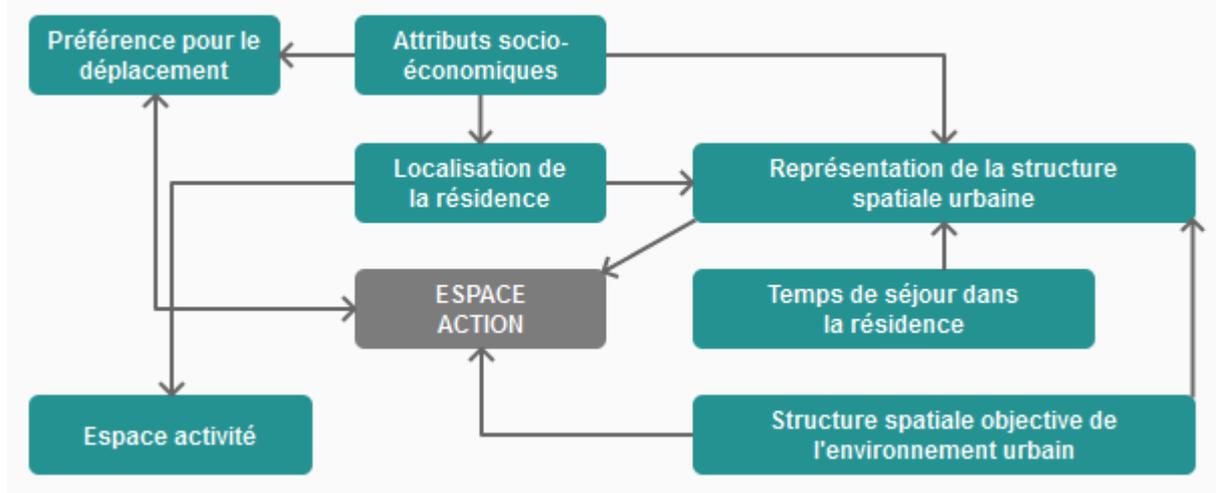
| Eléments constants (urbains) | Eléments singuliers (architecturaux) |
|---|--|
| Implantation des constructions (groupées...) | Enveloppe et structure générale |
| Type de groupement (en tas, en ligne...) | Volumétrie (hauteur, inclinaison toiture...) |
| Répartition des espaces (ouverts, fermés, rues...) | Matériaux |
| Echelle des espaces (hauteur des immeubles...) | Percement (rythmes, ouvertures...) |
| Caractère des espaces (intraverti, extraverti...) | Superstructures (balcons, escaliers...) |
| Présence du végétal et de la nature (jardins, parcs...) | |

Préalablement à l'explication des variables influant sur le processus perceptif à proprement parler, il convient encore de déterminer la manière dont les caractères objectifs du paysage sont inclus dans la typologie individuelle lorsque l'acteur émet ses préférences pour tel ou tel élément constitutif de l'environnement urbain. De cette manière, Antoine Bailly définit que parmi ces caractères objectifs, certains sont privilégiés par le sujet ; constituant de ce fait ses centres d'intérêts – de l'impossibilité d'établir une typologie de l'objet en tant que tel, on passe à un modèle conceptuel prenant en compte l'ensemble des variables influençant l'individu dans ses préférences (Bailly, 1980, p. 39 : fig. 2.5). Dans ce modèle, « [il] s'agit en fait de définir et de mesurer l'action de l'individu dans l'espace urbain en fonction de sa perception des structures spatiales urbaines. Mais certains facteurs, nécessaires à la compréhension du processus n'apparaissent pas. Si la perception du signe est fonction de la structure spatiale objective de l'environnement urbain, elle est dépendante également du milieu culturel et de ce que nous avons appelé notion de familiarité. » (Bailly, 1980, p. 39).

Ainsi l'hypothèse de familiarité reste à la base de la perception et ces relations subjectives de l'homme face à son paysage sont à analyser de manière précise si l'urbanisme prétend à l'insertion de l'individu dans le milieu créé

(Bailly, 1980, p. 39). Esquisser les images collectives de l'environnement ne suffit pas à une recherche des éléments invisibles du milieu donnant un sens au paysage.

Figure 2.5. : Modèle conceptuel de l'espace – action (Horton et Reynolds in Bailly, 1980, p. 39)



Julien Glasson, 2013

Pour résumer, après avoir défini que l'environnement objectif d'un espace donné n'existe pas pour l'individu du fait que la notion de paysage est davantage liée à l'expérience du sujet du monde réel ; que l'image du milieu, influencée par l'ensemble des caractéristiques de l'acteur et propre à ce dernier, est à la base de son comportement en réduisant le milieu objectif à un modèle réducteur garant de la notion de familiarité ; que la notion même de familiarité, résumée en critères perceptifs, détermine la perception des structures urbaines de la cité et le comportement de l'individu dans son espace-action résultant de l'ensemble des contraintes et variables spécifiques à chaque sujet, on peut considérer le paysage comme l'espace de projection entre structure urbaine perçue et vécue et l'ensemble des prises physiques, culturelles ou encore phénoménologiques données à l'homme dans sa compréhension du monde objectif :

$$\text{Milieu urbain} + \text{signe} = \text{paysage}$$

De ce fait, appliquer l'équation ci-dessus pour déterminer le sens que l'individu donne au paysage revient à comprendre « [...] ce qu'évoque l'objet pour le sujet et ce que le sujet projette sur l'objet. » (Bailly, 1980, p. 40).

2.4. Perception et conditionnement du comportement en milieu urbain ?

A la lecture de l'exposé qui vient d'être réalisé – de l'espace objectif à un espace de projection – il est nécessaire de déterminer l'environnement non plus comme un simple support de localisation, mais comme un univers matériel que l'individu perçoit de tous ses sens jouant un rôle complexe dans le comportement humain (Bailly, 1980, p. 47). « Il n'y a rien dans l'esprit qui ne passe au travers des sens » (Aristote) et le corps humain devient de fait un véritable récepteur sensoriel en captant l'intensité de la ville au travers des messages délivrés par son milieu – à ne pas comprendre l'homme comme sujet déterminé, mais comme entité de jonction des flux d'informations qu'il sélectionne pour former son image du monde.

Et c'est bien ces systèmes perceptifs, origines du milieu en tant qu'amorce de reproduction du comportement, que nous allons définir dans les lignes suivantes.

2.4.1. Systèmes perceptifs

Avant toute chose, il convient d'écarter certaines idées préconçues conditionnant l'esprit humain sous une fausse mécanique déterministe déjà dégagées plus tôt. Ainsi, considérer la stimulation des systèmes perceptifs comme un processus passif et l'action de percevoir comme étant active fut vite écartée par les écrits de James Gibson.

Considérant les systèmes de perception suivant une hiérarchie de complexité, celui-ci en distingue quatre stades distincts (Gibson *in* Bailly, 1980, p. 48) :

1. Une *perception passive* imposée à l'ensemble des organes sensoriels par des stimulations externes à l'individu.
2. S'en suit une *perception passive indirecte* lorsque le sujet est véhiculé sans que le système musculaire ne participe à l'effort mais que le système visuel est stimulé.
3. La *perception active* n'entre en question qu'au moment où le mouvement résulte d'un effort du corps ; lorsque l'individu, par son activité cherche à recevoir certains messages.
4. Enfin, la *perception active et contrôlée*, constituant la dernière phase de la hiérarchie, comporte les mêmes caractéristiques que le stade précédent mais englobe également un acte moteur initié par l'homme réagissant aux *stimuli* : on atteint alors le niveau du comportement.

La distinction de ces quatre étapes est fondamentale pour comprendre les rapports individus – perception du milieu urbain. « *Les informations passivement reçues par les divers sens ne sont qu'une étape dans le processus perceptif et les systèmes actifs susceptibles de recueillir des messages et d'entraîner des réactions complètent l'appréhension de l'environnement.* » (Bailly, 1980, p. 49). Les sens (tab. 2.2) n'effectuant que la transformation d'une énergie en impulsion électrique, c'est au cerveau de réunir l'information dans le processus d'anticipation de la phase active.

De plus, les systèmes perceptifs ne sont pas équivalents d'un individu à l'autre ; si le daltonisme ou d'autres maladies génétiques altèrent le fonctionnement « normal » du système perceptif, certaines personnes n'en sont tout simplement pas dotées ou l'organe est incapable d'enregistrer certains signaux à l'exemple de l'ultra-violet pour la vision humaine. Ainsi, la sensibilité de chacun varie selon l'absence ou un développement moindre de l'un des systèmes ; la biologie et la structure de l'organisme conditionnent la perception du milieu. Cet état de fait pose notamment problème dans l'approche du mécanisme menant de l'image à l'action développé plus tôt puisque le postulat argumentait que toute personne possède les mêmes capacités de réception (Bailly, 1980, p. 50). Ce biais sera donc inhérent au travail de par l'approche choisie par l'auteur.

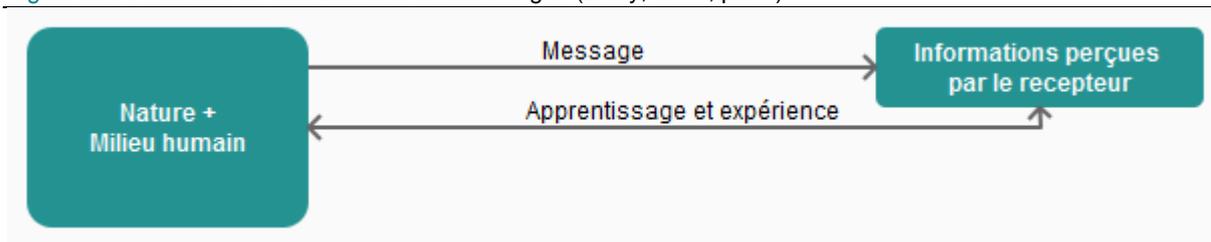
Dans l'approche analytique de réception de l'information, nous pouvons considérer que toute personne est à la fois récepteur et élément du milieu (fig. 2.6) ; trajectoire particulière de l'individu, personnalité et éducation du sujet prises en compte dans les interrelations homme – milieu humain permettent de saisir les grands éléments constitutifs de la théorie de l'information. « *Du transmetteur (environnement) au récepteur (l'homme) des canaux propagent les messages dans l'espace physique (transmission visuelle ou sonore par exemple) et dans l'espace temps (lorsque le message est imprimé).* » (Bailly, 1980, p. 51).

Tableau 2.2 : Les systèmes perceptifs (Gibson *in* Bailly, 1980, p. 52)

| Nom | Action | Organe | Activité de l'organe | Stimuli | Information extérieure |
|------------------------------|------------|--------------------------------|--|--|---|
| Système d'orientation | S'orienter | Oreilles internes | Tenir le corps en équilibre | Force de gravité et d'accélération | Direction du mouvement |
| Système auditif | Ecouter | Oreilles externes et internes | Recevoir les sons | Vibrations dans l'atmosphère | Nature et origine des bruits |
| Système tactile | Toucher | Peau, articulations et muscles | Percevoir les chocs, certains mouvements | Déformation des tissus des articulations, extension de la fibre musculaire | Divers types de contact (objet, air...) |
| Système olfactif | Sentir | Nez | Recevoir les odeurs et les goûts | Odeur du milieu et goûts des aliments | Nature et origine des goûts et des odeurs |
| Système visuel | Regarder | Yeux et système oculaire | Accommoder, fixer, explorer | Variables de structures dans une lumière ambiante | Nature de l'information optique |

Suivant l'originalité, la sensibilité du message ou encore le type de propagation – naturel ou par les canaux artificiels des mass-médias – le récepteur ne les reçoit pas forcément. « *Le message est donc constitué de groupes d'éléments assemblés suivant des règles ou des structures préétablies [(image visuelle brute, groupe de mots, lettre...)] que le système sensoriel humain reçoit à condition que certains niveaux physiologiques soient respectés : sensibilité – saturation – différenciation.* » (Bailly, 1980, p. 52). A l'exemple de la perception du mouvement, il faut nécessairement une croissance du phénomène, que l'excitation sensorielle visuelle ou tactile atteigne un seuil de différenciation que l'organe réceptif pourra percevoir et d'ajouter que ces seuils varient d'une personne à l'autre suivant le sens concerné et les conditions du milieu. Ainsi, « [...] *la propriété fondamentale de la perception sensorielle est de mieux répondre à de nouveaux événements qu'à des stimuli monotones.* » (Bailly, 1980, p. 52). Ce mécanisme existant pour tout système perceptif, nous allons consacrer les paragraphes suivants à décrire ces systèmes avant de comprendre le « conditionnement » du comportement en milieu urbain par l'intermédiaire desdits systèmes et des seuils de saturation de l'information.

Figure 2.6. : Schéma de transmission des messages (Bailly, 1980, p. 50)



Julien Glasson, 2013

D'un point de vue behavioriste, le système d'orientation ainsi que les références spatiales se retrouvent en permanence dans le vocabulaire de l'homme – haut, bas, proche, éloigné ne sont que quelques-unes des indications utilisées pour s'orienter dans une ville – démontrant l'importance que l'individu attache à la place des objets et à leur sens. Ces références ne doivent aucunement être considérées comme abstractions géométriques mais en tant que significations de l'environnement. L'importance de l'orientation est renforcée chez un touriste découvrant la cité ou encore les habitants d'un quartier ou d'un lieu qui leur est fréquent puisque que ces derniers sont marqués par un comportement territorial fort. De ce fait, le système d'orientation est en partie responsable de ce besoin d'appropriation que ressent le sujet (Bailly, 1980, p. 53-54).

L'importance sonore d'un environnement détermine notamment les agréments que peuvent apporter, par exemple, l'ambiance et l'animation d'un marché en centre-ville, mais surtout les nuisances issues de l'aménagement de la cité – on pense notamment aux éléments de circulation pouvant induire une forte charge de trafic dans certains espaces. Les sons comportent des préférences chez les sujets en matière de fréquence : un son d'intensité grave ou moyenne est plus agréable qu'un son aigu ou qu'un bruit répété occasionnant une gêne. A l'exemple d'une personne sourde se sentant coupée du monde extérieur, l'intensité sonore permet une meilleure localisation spatiale du sujet : « *[les] vibrations sonores transportent des significations objectives et subjectives, nécessaires à l'équilibre humain. Le son oriente souvent tous nos autres sens, mais quand le bruit est inconnu et ne peut être localisé, il devient rapidement dérangeant.* » (Bailly, 1980, p. 57). De par son facteur de compréhension de l'intensité d'une ville, le travail des ambiances sonores est primordial.

Perception et visualisation étant souvent confondues, les études sur le système visuel sont plus conséquentes que celles sur l'ensemble des autres sens. En milieu urbain, la majorité des travaux ont porté sur l'image, la forme urbaine ou encore sur le rôle des barrières visuelles mais de par la complexité du système visuel – de la transformation de l'image rétinienne en image mentale – l'ensemble des recherches trouve ses limites dans les choix préférentiels des *stimuli* que le sujet sélectionne. Intensité lumineuse, choix des formes ou des couleurs, le système visuel remplit la double fonction d'enregistrement et de sélection de l'information la plus attrayante. « *Une personne qui visite un quartier isolé dans l'ensemble urbain est frappé par certains éléments. La vision exploratoire détecte la structure des objets, leur forme et leurs arrangements, puis les yeux se fixent sur un secteur précis. On passe à la vision de détail.* » (Bailly, 1980, p. 60). Pour l'exemple, prenons le cas d'un promeneur dans un ensemble quelconque. En se déplaçant, celui-ci explore le paysage en regardant en plusieurs endroits, ce qui implique une succession d'images réiniennes enregistrées en séquences par la mémoire. De ce fait, le sujet se crée une idée générale de la rue mais par moment, celui-ci portera son attention sur certains détails qui lui semblent intéressants ; l'examen attentif de cette sélection permettra une image plus

fine de l'ensemble urbain en certains points. Ainsi, « *[la] perception visuelle est sélective et l'observateur dégage des traits qui lui semblent importants [...]* » (Bailly, 1980, p. 61).

Système pouvant paraître négligeable en milieu urbain, l'étude du sens tactile prend son importance notamment dans les situations où l'individu est en présence d'une foule. Que se soit le fait d'être entassé dans les transports en commun, sentir le premier rayon de soleil estival ou encore être bousculé dans la rue, ces divers types de contact traduisent des impressions profondes sur l'image de la cité. A l'exemple d'un européen visitant pour la première fois un souk d'une ville arabe, la découverte ne se fait pas seulement à travers les ruelles sinueuses mais aussi par le contact permanent avec la foule. Ainsi, suivant la saturation de la place, le sentiment de compression devient dominant et l'ensemble des autres sens passent au second plan : le corps humain devient l'organe percepteur et tout acte moteur est marqué par une perception de l'organisme. A noter également que les sensations cutanées sont perçues différemment selon le sujet ; le secteur de sensibilité optimal variant d'une personne à l'autre (Bailly, 1980, p. 61).

Enfin, le système olfactif. Sens considéré comme le plus simple mais pourtant difficile à expliquer, celui-ci précède souvent le système visuel dans la découverte d'une ville. « *Le nez joue un rôle plus important que la bouche dans la connaissance du milieu urbain. Le système olfactif, par suite de la diffusion des odeurs, mêmes à partir de sources éloignées, permet d'identifier des lieux, des objets, des personnes. Cette information, connue en grande partie grâce à des expériences antérieures, mais aussi par l'instinct (chez les animaux en particulier), oriente le comportement de l'individu.* » (Bailly, 1980, p. 62). Ainsi, d'un point de vue urbain, ce système fournit un complément dans la connaissance de la ville (Bailly, 1980, p. 62).

Avant de s'attarder sur l'influence des processus de mémorisation de l'information, il convient encore de déterminer comment l'homme acquiert ces mécaniques de réception sensorielle et si cette acquisition influence le processus de perception. Ainsi, nous sommes confrontés à deux grands courants issus de la psychologie : le nativisme ou l'empirisme. Le premier postule que les capacités sensorielles de l'individu sont innées, l'homme possédant ainsi des prédispositions fixées génétiquement à la naissance tandis que l'empirisme défend que ces dernières sont modifiées par l'apprentissage perceptif issu des expériences et de la mémoire. Que l'un courant soit préféré à l'autre, cette controverse « *[...] n'est pas une entrave majeure car notre intérêt porte plus sur les structures de la perception et les processus menant du réel à l'image et au comportement que sur l'hérédité de ce phénomène.* » (Bailly, 1980, p. 64). Que la perception soit innée ou acquise, le fait urbain n'est pas touché – la génétique étant considérée comme un élément et l'apprentissage un autre.

2.4.2. Mémorisation et temporalité

Comme le souligne à juste titre Antoine Bailly, si l'expérience fait partie du processus perceptif, c'est que la mémoire enregistre certaines séquences antérieures : « *[celle-ci] est donc une activité créatrice qui distingue dans un premier temps le bruit (signal indésirable) des messages significatifs et de structurer les informations.* » (Bailly, 1980, p. 67). Et J. Locke de segmenter cette activité en trois étapes de la communication dans le sens de la compréhension humaine : l'individu choisit un certain nombre de *stimuli* avant de les lier entre eux permettant la création d'une idée pour enfin lui donner un nom. La perception et la sélection sont donc des étapes déterminantes avant de permettre la mémorisation. A. Moles va plus loin dans la compréhension de ce mécanisme en s'interrogeant sur les choix guidant les individus dans le processus de sélection ou du rejet du message, mais s'aperçoit très vite que chaque cas est particulier et que la distinction ne peut être généralisée. A l'exemple du bruit de la circulation qui ne prend sa signification qu'au moment où l'individu veut traverser la route, l'ensemble des signaux donnés par l'environnement se révèlent de par l'intérêt qu'ils dégagent sous certaines conditions. Dans la masse d'information qui entoure le sujet, celui-ci fixe son attention sur certaines formes, détails ou structures ; le message n'attire l'attention que lorsque ces éléments présentent une valeur pour l'acteur. Si le signal n'a pas d'identité, il ne peut être enregistré par la mémoire tandis que si celui-ci a une signification, il est décodé et rétabli sous une forme intelligible – le bruit de telle voiture par exemple (Bailly, 1980, p. 67).

De plus, l'identification du caractère de l'information est à mettre en lien avec les connaissances antérieures de l'individu ; le message devient dès lors amplifié et organisé aux dépens de *stimuli* résiduels considérés comme négligeables. Déjà évoquée précédemment, la capacité des organes récepteurs étant propre à chaque sujet, la perception sensorielle varie d'un acteur à l'autre tout comme la périodicité, l'échelle et la durée d'exposition à

l'information sont à inclure comme variables dans le processus de mémorisation. Cet ensemble de données constitutif du message permet à l'individu l'extraction d'un signal intrinsèque de l'information et par extension sa schématisation sous forme d'image mentale mémorisée (Bailly, 1980, p. 67).

A l'heure actuelle, il est difficile de poursuivre plus en détails tant la psychologie individuelle, variable d'un sujet à l'autre, ne permet pas la comparaison de certains facteurs intelligibles ainsi que de leurs schémas mentaux, mais, selon ce que nous avons déjà développé, il est certain que le choix des messages est tributaire du système de valeur des personnes et également de l'expérience des antécédents individuels (Bailly, 1980, p. 68). Ainsi, la familiarité d'un ensemble bâti ou autres structures urbaines permet une meilleure rétention de l'information que des éléments nouveaux. Que ce soit l'originalité qu'apporte un style architectural ou le temps passé près d'un élément de l'environnement ; les habitudes façonnent notre perception du milieu.

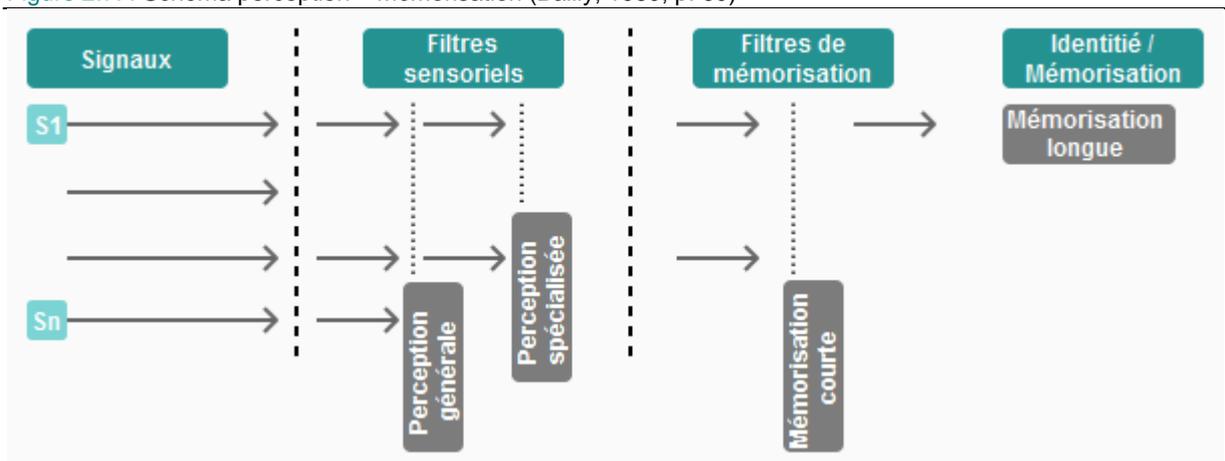
La ville, véhicule de *stimuli* multiples, demande au récepteur une manipulation et une mémorisation rapide d'éléments pour lui permettre ses actions en fonction des messages reçus ; la majorité des signaux seront vite oubliés par l'individu – à l'exemple du sujet d'une discussion qui nous échappe peu après avoir terminer une conversation – mais certains persisteront, car marquant pour le sujet, celui-ci aura choisi volontairement de le mémoriser ou encore subsisteront « [...] *des résidus de notre perception passée* [...] » (Bailly, 1980, p. 69) par réflexe inconscient : qu'elle soit volontaire ou non, cette expérience marquera notre perception future. « *En regroupant les sensations et réduisant sous forme de schémas les éléments [tab. 2.3], la mémoire crée des symboles qui influent sur le comportement.* » (Bailly, 1980, p. 69).

Tableau 2.3 : Des seuils de sensibilité à la mémorisation (Bailly, 1980, p. 69)

| Etape | Processus | Élément nécessaire pour le passage au niveau supérieur |
|-------|--|--|
| 1. | Éléments de sensation | Seuils sensoriels |
| 2. | Choix des signes au détriment des messages amorphes | Intentionnalité |
| 3. | Perception spécialisée, amplification de certains messages | Intérêt |
| 4. | Mémoire instantanée | Apprentissage |
| 5. | Mémoire à long terme : création de symbole | Signification et identité |

Les étapes générales du tableau 2.3 sont bien entendu variables selon les individus et les circonstances. Développées sur le schéma suivant (fig. 2.7), celles-ci permettent de mieux comprendre le processus menant de la perception à l'action.

Figure 2.7. : Schéma perception – mémorisation (Bailly, 1980, p. 69)



Julien Glasson, 2013

De ce fait, dans sa forme élémentaire, « [...] *la théorie de la perception considère chaque sens comme un récepteur d'informations.* » (Bailly, 1980, p. 70). S'ils permettent une observation constante de l'environnement, ils ne se contentent pas de l'appréhension de structures simples mais considèrent l'ensemble d'objets comme un tout selon la théorie de la forme. La perception devient l'élément organisationnel et associatif des signaux issus du milieu : à l'image de la compréhension d'une œuvre de Mozart dans sa totalité et non comme une suite de

notes prises séparément. L'objet central dans les études perceptives revient à comprendre comment le système nerveux organise les stimulations du milieu ; la familiarité et l'ensemble des significations entraînant des choix non pas uniquement dans les *stimuli*, mais également dans les possibilités organisationnelles de la perception. De cette manière, « *[les] objets ayant des propriétés voisines ou des caractères communes sont liés entre eux dans le processus perceptif [...]* » (Bailly, 1980, p. 70) tout comme les lettres sont liées entre elles dans un même mot, et ces mots insérés dans la compréhension d'une phrase. Pour adapter cette analogie à la réalité du terrain, un arbre sera pris comme élément unique d'un espace ou d'une forêt si ses caractéristiques intrinsèques se distinguent de l'ensemble : l'essence de la forme devient dès lors la possession de caractères de cohésion identifiables et reconnaissables par un groupe d'éléments. Et d'ajouter que l'ensemble dudit élément n'est aucunement dû au fruit du hasard, mais à la capacité de l'individu de séparer un ensemble d'éléments de l'environnement où il se trouve suivant son expérience perceptive (Bailly, 1980, p. 70).

« *La forme est donc une création de l'intelligible sur le perceptible, cette théorie reposant sur la capacité prévisionnelle du récepteur.* » (Bailly, 1980, p. 71). Mais de cet enseignement, nous pouvons toujours argumenter sur le comment permettant à nos sens de prévoir la structure temporelle et spatiale des éléments du message. Ce à quoi Antoine Bailly répond : « *La forme est à la fois structure et conscience de prévisibilité* » (Bailly, 1980, p. 71), c'est-à-dire que l'individu sélectionnera de par ses capacités perceptives une certaine information qui lui permettra une compréhension désirée de l'élément ou du phénomène. La forme d'une signification étant corrélée à elle-même, son contenu devient fonction de cette auto-corrélation (Bailly, 1980, p. 71). De plus, lorsque les *stimuli* se font trop nombreux, l'individu sélectionnera des formes aux structures correspondantes à ses caractères personnels ainsi qu'à son expérience de par le processus de mémorisation. « *Toute forme est ainsi un supersigne, expression d'une prévisibilité aléatoire, qui repose sur la connaissance d'événements antérieurs.* » (Bailly, 1980, p. 71). Il s'agira donc, pour le chercheur, de mettre en évidence ces schémas expliquant le mécanisme de création de la forme.

L'explication du processus de mémorisation ne saurait trouver satisfaction dans la manière dont nous l'avons figée sans prendre en compte la variable temporelle inhérente au mécanisme perceptif et par extension la capacité qu'a l'individu à mémoriser la forme. Ainsi, la temporalité joue un double rôle influençant la perception de l'espace inclus dans une double lecture croisée : la perception spatiale se déroule dans le temps et celle-ci sélectionne différents temps (Piveteau, 1982, p. 57).

Au niveau individuel ou collectif, comme nous l'avons déjà souligné avec l'exemple des *espaces autres* de Foucault ou encore du vécu personnel, l'imaginaire humain comprend une foule de représentations latentes, floues ou encore chevauchantes : certaines situations suivant l'expérience personnelle pouvant faire ressurgir ces expressions à la surface de la conscience, d'une manière claire et cristallisée pour un instant. Ces ébauches de souvenirs ou représentations étant exclusives et figées dans le temps que « *[nous] ne pouvons [les] « mettre au point » simultanément sur plusieurs profondeurs de champ : sur « l'espace de vie » et « l'espace social », sur la « distance standard » et la « distance affective », sur les différentes « coquilles » de notre territorialité.* » (Piveteau, 1982, p. 58). Cette première approche de la temporalité considère donc une extrême labilité et une dynamique d'alternance de temps vifs cumulées dans l'interstice organisationnel de nos perceptions, de nos schémas et de nos attitudes globales. « *Chacune d'elle se [présentant] comme autant d'interfaces d'héritages, de mémoires, d'un côté, d'aspirations de l'autre* » (Piveteau, 1982, p. 58).

A l'origine de ces moments actifs, Jean-Luc Piveteau distingue deux mécanismes : d'une part les rythmes, « *[...] tout ce qui scande l'existence individuelle ou collective et qui comporte ses phases régulières de plus haut voltage (affectif ou intellectuel), ou cours desquelles s'enregistrent et se capitalisent, à des fins utilitaires, des images de l'espace [...]* » (Piveteau, 1982, p. 59) et d'autre part, les crises, ces moments où l'individu recherche certaines significations à ce qui l'entoure, où il tente de comprendre le génie d'un lieu. Mais dans les deux cas, une même opération de tri s'opère dans le subconscient individuel : le choix par préférence, dicté lui-même par les configurations d'images mentales les plus performantes menant à l'action. La perception de l'espace peut de se fait osciller entre deux positions limites une fois élaborée : d'une fixation en stéréotype à une instabilité totale : la perception spatiale peut connaître le changement (Piveteau, 1982, p. 59).

Cette perception de l'espace dans le temps est naturellement conditionnée par une sélection de temporalités multiples empreinte des rythmicités de chaque société. De ce fait, le premier cycle, celui de la longue durée inscrit en son sein l'historicité et la culture. Influençant certains besoins fondamentaux de l'homme comme la

continuité, l'identification à un lieu... le temps des civilisations peut – à l'exemple d'une perdurance de la séparation de la ville et la campagne dans les sociétés contemporaines, en tout cas de l'idée qu'elles se font d'un environnement spatial dichotomique – demeurer et grandement influencer le comportement humain au travers d'un contrôle social par les codes normatifs et symboliques de l'idéologie dominante. Les cycles courts oscillent quant à eux entre la longue durée et l'événement, englobant de ce fait une large gamme de périodes plus ou moins vastes. Ces temporalités ont marqué la société contemporaine au niveau des dernières générations : guerres, mondialisation, accélération capitaliste et développement de nouvelles technologies rapprochant les individus, Piveteau considère qu'il « [...] s'ensuit dans notre mentalité, et donc dans notre rapport à l'espace, une impression d'hybride : la région, la ville, le quartier ont perdu de leur valeur de symbole, mais ne se lisent pas, pour autant, comme de simples assemblages de signes ; un sentiment d'écartèlement surtout : la mobilité sous toutes ses formes, la délocalisation, [...] la multiplication des espaces de vie désarçonnent, et font chevaucher les images : [...] ; l'anomie devant l'espace « aliéné et aliénant » ». (Piveteau, 1982, p. 63). Pourtant, face à l'ampleur de cette accélération humaine, certaines tendances réorganisatrices émergent comme une réaffirmation de l'identité régionale permettant le retour à des attachements locaux. Enfin, l'événement, jouant tout autant le rôle de facteur et de catalyseur de notre perception spatiale. « Qu'il s'agisse de moments aigus, s'inscrivant dans le trend et constituant une brusque et brève poussée paroxidique – tel la plupart des faits politiques –, ou qu'il s'agisse de phénomènes fortuits – telle une catastrophe naturelle, la disparition ou l'apparition inattendue d'un personnage incarnant un projet, une idée de territoire –, les événements constituent pour partie, mais pour partie seulement, une causalité neuve. » (Piveteau, 1982, p. 64). A l'exemple d'incidents de quartiers marquant ses habitants, d'une votation populaire ou encore d'un incident international, la perception spatiale ne peut échapper à l'événement de par la génération d'images nouvelles provoquant une relecture de l'espace (Piveteau, 1982, p. 64).

« Notre perception de l'espace est mémoire et émergence, c'est-à-dire modelage incrémental des expériences fugitives, impressionnistes et rugueuses, que nous faisons de notre environnement, de ses distances, de son étendue, de ses repères : nous effectuons des séquences filmées, non des instantanés archivables. » (Piveteau, 1982, p. 65). Inspirée du vécu individuel de par la mémorisation et les temporalités multiples, la forme est une perception propre à chaque sujet.

2.4.3. Comportement en milieu urbain

« Au-delà des messages simples, l'homme mémorise des formes complexes, prévoit son attitude et ses décisions. » (Bailly, 1980, p. 71). L'enjeu du présent chapitre sera logiquement la compréhension de l'impact des systèmes perceptifs et dans quelle mesure le processus perception – attitude marque le comportement humain. Les sociétés contemporaines étant de plus en plus inscrites dans le fait urbain, la simple réalité de posséder un logis ne suffit plus à l'être humain, celui-ci doit encore se porter garant d'une certaine sécurité, d'un confort pour la santé et plus particulièrement convenir aux besoins individuels.

Les principales études menées par les écologies factorielles postulent que le choix résidentiel est déterminé par une série de variables se rapportant uniquement à l'homme. Ainsi l'environnement familial, le cycle de vie, l'ethnie et certains facteurs économiques sont prédominants dans cette approche. Loin de moi l'idée d'infirmer totalement ce constat, mais aux vues de l'exposé qui vient d'être présenté, il semblerait que nous puissions approfondir la matière d'une façon moins mécaniste en saisissant les relations homme – cadre bâti afin de comprendre l'influence du milieu sur le comportement de l'habitant. N'est-il pas évident que le fait de vivre en centre-ville, à la campagne, en pavillonnaire ou encore dans un immeuble collectif aura une incidence sur la manière dont on élève un enfant ; que la proximité de telle infrastructure sportive ou commerciale conditionnera nos temporalités quotidiennes ? Mon point est, à l'exemple des constatations de Michelson, que « [...] l'environnement est susceptible de modifier le genre de vie, les valeurs personnelles et sociétales, d'influer sur les répartitions résidentielles par l'intermédiaire des classes sociales et du cycle de vie, d'entraîner des dérèglements et des maladies. » (Michelson in Bailly, 1980, p. 72) et c'est bien ces notions fondamentales de densité, de catégories socio-professionnelles, de classe d'âge et enfin de qualité de l'habitat que nous allons développer par la suite. Il ne s'agit pas de les considérer comme de simples objets, mais comme un ensemble systémique de variables complexes s'inscrivant dans la mémoire à long terme et marquant les systèmes sensoriels (Bailly, 1980, p. 72).

La plus souvent mentionnée dans les recherches, la densité est liée à de nombreux types de comportements et de jugements ; la synthèse des travaux sur le sujet entraîne donc une certaine imprécision dans la

compréhension de son influence sur le comportement individuel. Il est pourtant intéressant de relever certaines conclusions très générales apportées par Michelson. Ainsi, si la proximité spatiale, souvent basée sur des constatations de position, de circulation et d'aspect, détermine les structures d'interactions permettant l'appréciation d'une rue animée par exemple, l'absence de véritable lieu de rencontre, que ce soit dans la ville ou une pièce destinée à cette fonction dans l'appartement, où les sens peuvent s'exprimer entraînent une sensation de malaise chez les individus ne pouvant assouvir leur besoin de contact – on pense notamment aux espaces aseptisés, sans réelle identité. Les zones où les habitants sont proches physiquement permettent la naissance d'associations actives alors que dans les espaces de faible densité ce style de vie disparaît ; à remarquer également que la diversité sociale joue un rôle important dans cette logique d'interactions puisqu'à l'exemple de certaines banlieues denses, l'homogénéité sociale ne favorise pas ces interactions spécifiques entre catégories diverses : le style de vie est donc directement influencé par cet environnement. D'autres variables, telles la catégorie socio-économique ou encore la culture, influent directement sur la mémorisation et sur les systèmes perceptifs par le biais de l'éducation et de l'expérience déterminant de ce fait l'utilisation de l'espace par l'individu ; la conception de ce que doit être le confort de la ville ou l'habitat prend une valeur personnelle (Michelson *in* Bailly, 1980, p. 72 à 74).

La qualité de l'habitat, à mettre directement en lien avec la notion de densité, est fortement présente dans la perception urbaine. Souvent associés – pathologie sociale et milieu urbain – la réalité est pourtant nettement plus nuancée : si certains niveaux élevés de pollution sonore ou de l'air peuvent amener des dérèglements sociaux, la qualité de l'habitat le fait dans une moindre mesure puisque les fortes densités – et encore, le phénomène ne couvre pas l'ensemble des populations – sont à mettre en avant dans cet état de fait. Le réel problème vient notamment d'un changement forcé de résidence engendrant la perte de familiarité au milieu chez l'individu (Bailly, 1980, p. 75).

Enfin, la notion d'âge revêt une importance capitale dans la perception de la cité, et surtout pour les catégories extrêmes – jeunes ou vieux – où l'influence de l'expérience au milieu se fait nettement ressentir (Bailly, 1980, p. 74). L'adaptation à un nouvel environnement et par extension le besoin de se refamiliariser à l'espace pose moins de problème aux individus ayant une expérience réduite du milieu.

Ces affirmations résultant d'études empiriques sont fortement à nuancer puisque en partie fonctions des individus et de l'espace même, mais elles ont le mérite de préciser le rôle de l'environnement dans le processus perceptif. « *Puisque la ville [...] [crée] certains types de perception, de mémorisation et de comportement, la qualité de la conception dépend des genres de vie qu'elle va faire naître.* » (Bailly, 1980, p. 75). Nous pouvons de ce fait lier les variables esthétiques des concepteurs – architectes ou urbanistes – aux facteurs sociaux, culturels et psychologiques des sujets ; preuve que l'environnement naturel ou bâti explique partiellement le comportement humain par la subdivision de l'espace entre traits physiques, sociaux et symboliques (tab. 2.4) (Bailly, 1980, p. 75).

Tableau 2.4 : Traits et composantes de l'environnement (Bailly, 1980, p. 76)

| Traits | Composantes |
|---------------------------|--------------------------------------|
| Traits Physiques | Paysage |
| | Condition, dimension et densités |
| | Echelle, schémas logiques et repères |
| | Service |
| Traits Sociaux | Classes socio-économiques, ethnies |
| | Amitié des voisins |
| Traits Symboliques | Sens de l'identité |
| | Valeur – prestige |

L'analyse behavioriste devient autant importante pour le créateur d'espace que pour son consommateur et c'est à travers les diverses échelles spatiales – de l'habitat à la ville en passant par la rue ou encore le quartier – que nous pourrions mieux comprendre ce processus menant des prises en milieu urbain au comportement individuel en passant naturellement par les étapes de la mémorisation mais également les fonctions de ces aires (Bailly, 1980, p. 76).

Pour synthétiser, de par leur hétérogénéité, les sociétés contemporaines ne permettent pas de concevoir les conséquences de la perception des groupements humains en tant que tel mais par l'intermédiaire de l'individu appartenant à un groupe. « *Dans des milieux complexes, les hommes appréhendent de manière variée les phénomènes urbains. Ils réagiront donc différemment, car les systèmes d'orientation, auditif, tactile, olfactif, visuel, à la base de la réception de l'information et de l'exploration de l'environnement, sont inégalement développés chez les individus. Suivant les variations dans les systèmes nerveux des individus, les perceptions du monde sont diverses ; c'est ce qui rend les recherches sur la perception à la fois difficiles et variées. C'est donc par la compréhension de ces mécanismes au niveau des individus et par l'analyse du comportement humain au niveau des groupes que les recherches perceptives doivent commencer avant d'expliquer les rapports homme – environnement.* » (Bailly, 1980, p. 76-77).

2.5. La territorialité comme véhicule épistémique de l'aménagement urbain

L'évolution sociétale a créé de nouvelles demandes de l'aménagement urbain. D'un besoin de protection nous sommes passés à un lieu d'échange où la notion de domination reste importante. Malgré cette transformation de la demande spatiale, l'attachement territorial est resté une composante marquante dans le comportement humain. Si le modèle ségrégationnel de Hoyt présente cette résultante sectorielle par la conséquence des dominations socio-économiques, elle l'est également par ce que Hall appelle la *dimension cachée* de l'espace, synonyme à la notion de territorialité (Bailly, 1980, p. 83). « *Les relations entre les individus et le milieu impliquent, comme nous l'avons vu, mémoire et imagination. Ainsi dans la notion de schéma logique, et par là même de territorialité, existe une relation d'expérience, de familiarité qui s'accompagne de l'attribution de valeurs.* » (Bailly, 1980, p. 83) ; phénomène favorisant le conformisme sociétale et contribuant à la formation d'espaces sécurisants dans lequel l'homme peut se projeter et par extension se sentir à l'aise (Bailly, 1980, p. 83). Ce besoin de « protection » inconscient vient au centre de l'analyse behavioriste par l'intermédiaire des notions de distance physique ou sociale dans l'appropriation de l'espace par l'individu au détriment de l'amointrissement de certains facteurs comme la variable socio-économique.

Hall, dans son étude de proximité⁶, définit la territorialité comme moyen qu'a inventé l'homme pour « [...] *défendre ce qu'il appelle sa terre, son sol ou son espace* » (Hall in Bailly, 1980, p. 84) et en distingue trois niveaux : l'espace à organisation fixe (l'habitat), celui à organisation semi-fixe (établissements publics ou privés) et enfin à organisation informelle (distance que l'individu observe avec autrui). La combinaison de ces espaces permet la formation d'une image porteuse d'identité, d'une structure, d'une signification pour l'individu en comprenant la notion de distance comme la base de l'expérience humaine ; l'analyse du système proxémique – comprenez cette notion comme le système évaluant les distances physiques entre individu dans un certain type d'interaction – propre à chaque culture devient un moyen de compréhension des structures du comportement inconscient. Et Bailly d'ajouter que « *[toute] société recherche la maîtrise de son espace ou territoire en fonction d'un certain état préféré des rapports sociaux.* » (Bailly, 1980, p. 85). Dans l'optique d'une recherche d'unité d'appropriation spatiale, l'urbanisme doit tendre vers une compréhension et une mise en place de modalités optimales d'aménagement permettant une maximisation du bien-être individuel dont la portée économique ainsi que le contenu psycho-social sont dégagés par Mole et Rohmer en huit niveaux modaux dans l'interstice du *moi* et du *monde* (tab. 2.5). Tant dans une population homogène qu'hétérogène, un sentiment de loyauté prend à partie l'individu dans l'image qu'il préserve de ces secteurs ; la territorialité urbaine devient le comportement par lequel le sujet s'identifie à cet espace et désirent en marquer le contrôle, résiste aux intrusions externes (Norcliffe in Bailly, 1980, p. 86).

Le précédent paragraphe dégage ainsi toute une gamme d'unités territoriales proches de l'individu – du corps au quartier – généralement négligées par l'urbaniste. Il ne faut pas comprendre par ce postulat que l'aménagiste doit interférer avec certains corps de métier, mais que celui-ci doit intégrer dans sa réflexion urbaine ces distances propres à chaque sujet par l'évaluation des espaces où l'individu se sent « territorialement bien » (Bailly, 1980, p. 86). Ainsi, « *[l]'expérience pathologique de l'espace ne relève pas seulement des catégories d'espace corporel, d'espace propre, d'environnement spatial, mais des catégories d'expression et de vécu, de mouvement, de mobilité et de comportement de présence* » (Kaufman in Bailly, 1980, p. 86). L'inscription de cette pensée dans

⁶ « *Ensemble des observations et des théories concernant l'usage que l'homme fait de l'espace en tant que produit culturel spécifique.* » (définition selon Bailly, 1980, p. 84)

l'aménagement de nos villes se traduit par la localisation et la délimitation de dimensions spatiales dans lesquelles l'homme trouve des conditions favorables. Le concept de territorialité étant corrélé à l'espace de planification – non pas dans le sens d'une reproduction des dominations sociétales, mais plutôt de manière à rendre l'aménagement plus conforme aux besoins de l'homme – ces unités territoriales trouvent une utilité pratique et empirique.

Tableau 2.5 : Niveau des modalités entre le *moi* et le *monde* (Mole & Rohmer *in* Bailly, 1980, p. 85-86)

| Niveau modal | Contenu |
|-----------------------------|---|
| Le corps propre | Limité par la peau, il constitue la frontière de l'être. L'intégration cérébrale regroupe les sensations et les images que l'individu se fait de son corps par la création d'une « bulle phénoménologique » distinguant corps et monde extérieur. |
| Le geste immédiat | Forme la sphère d'extension du corps. L'étude de ces mouvements sans déplacement du corps lui-même détermine la position du mobilier fonctionnel. |
| La pièce | Sphère visuelle correspondant à l'aire appréhendée par l'œil. Territoire fermé, variant selon la culture, que le décorateur aménage en fonction de cette vision. |
| L'appartement | Refuge fréquenté par des êtres familiers et délimité par des murs. Correspond au domaine de l'appropriation personnel. |
| Le quartier | Important pour l'urbaniste, celui-ci forme un domaine collectif des espaces publics connu de l'individu mais dont il n'est pas maître. |
| La ville centrée | Distincte du quartier, elle est le lieu d'interaction des flux urbains et symbolise le fonctionnement de la société urbaine, la liberté et la diversité. |
| La région | Aire vaste permettant un aller-retour à un individu en une journée. Cet espace se dilate en fonction de l'efficacité des transports. |
| L'espace des projets | Au-delà de la région, là ou l'inconnu engendre l'idée d'ouverture. |

Utilité d'autant plus marquée que le territoire conçu en tant qu'environnement englobe une multitude de composantes : structures physiques, ouvertures, hommes, symboles et notion de mouvement démontrent que l'étude de la forme seule de cet ensemble complexe se révèle insuffisante. Le concept de territorialité ne se résumant pas à l'articulation physique de la société ; voies, limites, quartiers, nœuds, repères sont supplantés par une origine psychologique plus profonde dans la notion de territorialité. Ainsi, que ce soit dans les travaux d'Howard sur les cités jardins ou encore du concept de voisinage initié par Perry se retrouve ce symbolisme territorial de la ville. La notion sociale et affective des communautés sont dans ces projets spatiaux à la base de la société traduisant une nostalgie de la petite ville ou une réalité psychologique. Les recherches de Keller sur le voisinage urbain ajoutent que la signification symbolique complémentaire à la valeur socio-économique qu'attribue l'individu est généralement commune au groupe dans les critères d'identification des secteurs urbains (Keller *in* Bailly, 1980, p. 87). « *Il s'agit d'une forme d'image collective liée à l'histoire, la culture et aux liens symboliques que les individus tissent avec certains quartiers.* » (Bailly, 1980, p. 88). La notion d'accessibilité psychologique développée par Fauteux dans son essai sur la représentation cognitive de l'espace postule que les secteurs urbains correspondent à des portions de ville les plus accessibles psychologiquement aux individus, dans lesquelles les personnes acceptent de se déplacer par condensé des distances subjectives (Fauteux *in* Bailly, 1980, p. 88). Le découpage traditionnel de la ville est donc à corrélé à celui de la mise en commun des espaces de représentations individuelles.

A noter également que la seule présence de la proximité psychologique n'est pas suffisante en soi pour permettre la création d'une communauté ; une unité, une dépendance mutuelle par une symétrie des interactions individuelles sont nécessaires à l'avènement des échanges et de la coopération caractéristiques aux groupements humains. Meeker dégage ainsi quatre facteurs influencent le sentiment d'appartenance à un groupe : « *les valeurs que l'individu juge importantes, la perception des alternatives possibles, les conséquences personnelles familiales et sur le groupe de ces alternatives [et enfin] les normes sociales qui dérivent de ces comportements.* » (Meeker *in* Bailly, 1980, p. 88). Ces facteurs peuvent se traduire en variables quantitatives ou qualitatives propres à chaque sous-ensemble dans la différenciation sectorielle de la ville ; les individus souscrivant à des buts communs et portant des jugements similaires par la suite des processus perceptifs explique la satisfaction ou la non-satisfaction d'un environnement (Bailly, 1980, p. 89).

« *Cette satisfaction dépend-elle surtout des éléments visuels perçus ou dérive-t-elle de l'expérience perceptive ?* » (Bailly, 1980, p. 90). Après développement des points précédents, nous pouvons affirmer que la ville est à la fois image visuelle, expérience et symbole. De ce fait, perception et représentation créatrices de

l'attitude s'additionnent ; l'appréhension de territoires familiers correspond à cette image symbolique et l'espace, qu'il soit nommé unité proxémique ou encore distance devient le lieu d'interactions privées ou publiques. « *Comme ces aires se recoupent, les concepts et utilisations sont différents suivant les individus et les groupes étudiés. La notion d'accessibilité psychologique déjà mentionnées devient un élément fondamental de la perception [...]* » (Bailly, 1980, p. 90) mais elle n'est pas seule. Le statut socio-économique, comme le précise Antoine Bailly, définit partiellement la structure urbaine résultant des comportements « [...] *donc des perceptions symboliques des citadins, est en partie l'aboutissement d'une économie de marché qui favorise les relations de classes, les hiérarchies sociétales.* » (Bailly, 1980, p. 90). Les systèmes de référence – race, ethnie, lieu de travail, âge et sexe – s'additionnent également au facteur d'appartenance à un groupe dans l'explication du concept de territorialité (Bailly, 1980, p. 91).

Toutefois, pour un même individu appartenant à plusieurs groupes, la représentation mentale qu'il se fait de l'environnement est tributaire de l'importance relative qu'il donne à la communauté et son degré d'implication dans celle-ci ; la juxtaposition de ces différentes aires de manière particulière définit l'identité spatiale du sujet. Ainsi, l'existence de ces groupes différenciés suppose des symboles, fonctions, système culturel et social communs aux membres permettant non seulement l'appropriation de l'espace mais un renforcement et un rayonnement de l'image aux travers des frontières du milieu dominé. « *La ville se conçoit [donc] comme un vaste champ d'informations transmises par les divers groupes de pression.* » (Bailly, 1980, p. 92) et par extension cette « [...] *inscription sociale dans l'espace urbain structure les aires selon des formes, des fonctions, des signes et des symboles déterminés par la pratique et souvent la reproduction du milieu.* » (Bailly, 1980, p. 92). La territorialité devient l'expression géographique des perceptions des variables déterminées plus tôt (Bailly, 1980, p. 92).

L'ensemble des choix individuels – que ce soit dans la sélection des critères définissant la localisation résidentielle ou le lieu d'achat – prouve la notion de territorialité : le concept étant associé à la base subjective du citoyen qui à son aboutissement rend toute décision spatiale importante. « *Derrière la notion d'environnement (objectif et subjectif), les attitudes (cognitives ou affectives), se retrouve la territorialité [...]* » (Bailly, 1980, p. 93) : l'image du milieu devient de ce fait un support des représentations et le comportement permet d'atteindre les secteurs les plus appréciés de la cité pour la réalisation telle ou telle activité (Boulding in Bailly, 1980, p. 93). A l'image de la ville européenne codifiée par une complexité des interactions, rares sont les communautés à dominer entièrement un espace et la juxtaposition des territoires ainsi formés ne se muent pas forcément en aires de conflits ; l'hostilité ne se manifestant que lorsque l'identité et la sécurité d'un groupe sont remises en question. L'interaction dans le temps et dans l'espace des images organisationnelles déterminent ainsi l'espace créé (Bailly, 1980, p. 93-94). Nous pouvons donc décomposer le territoire en deux dimensions : « [...] *l'espace social [formant] la dimension verticale et l'espace géographique la dimension horizontale. Ces deux espaces, par suite de la compétition entre les organisations, évoluent pour constituer de nouveaux espaces géographiques, sociaux et symboliques.* » (Bailly, 1980, p. 94-95).

« *Grâce à la théorie des systèmes nous pouvons considérer la ville comme composée d'un ensemble de groupes qui réagissent les uns sur les autres et sur le milieu.* » (Bailly, 1980, p. 95). Les organisations ainsi que l'environnement, par le biais de divers canaux de communication, informe l'individu qui par ses actes et ses décisions soumettra une pression sur le milieu urbain ; la systémique des boucles de rétroactions devenant déterminante. « *Souvent, par suite des similitudes des réactions des membres d'une même organisation, les processus décisionnels sont plus le fait du groupe que du libre choix de l'individu. [...] L'être humain en partie conditionné par son appartenance à diverses organisations, même s'il lui est possible dans certains cas d'en infléchir les buts. L'individu serait rouage dans la mécanique sociale. Seulement il peut appartenir à de multiples organisations et se façonner une perception propre liée à l'ensemble des influences qu'il reçoit. En ce sens il retrouve un certain individualisme dont la géographie behavioriste tient compte.* » (Bailly, 1980, p. 95).

L'efficacité du système urbain étant fonction du système organisationnel – politique, privé ou semi-privé – il permet à l'individu de ne pas appartenir à une seule communauté et de ce fait l'accès aux services, biens, loisirs... est déterminé par ces organisations s'adaptant aux différents genres de vie des divers groupes en présence incluant une médiatisation des relations homme – milieu urbain et par extension une modification de la territorialité (fig. 2.8). L'espace prend de l'importance en fonction de l'organisation et de l'échelle de référence de celle-ci – on pense notamment aux organisations de quartier, communales ou encore générales (politique). « *En fonction des valeurs culturelles et des codifications apportées par l'histoire, les dimensions territoriales varient, de*

l'habitation seule au groupement de celles-ci, à l'unité de voisinage et à l'ensemble urbain, arrangement plus complexe. » (Bailly, 1980, p. 96).

Figure 2.8. : Schéma Homme – Société – Milieu urbain (Bailly, 1980, p. 96)



Julien Glasson, 2013

« Les forces de centralisation (des administrations, des affaires) et de décentralisation (des équipements, des quartiers) modèlent la dimension des aires. Ainsi les modifications des structures sociales, administratives, politiques, économiques sont-elles susceptibles de transformer l'image de l'espace. Suivant la société dans laquelle le géographe travaille, donc le rôle des organisations, il sera préférable d'employer la démarche de la « macro » ou de la « micro » géographie. Il donnera par conséquent priorité à l'analyse des groupes ou des individus. » (Bailly, 1980, p. 96).

La présentation démontre clairement que la territorialité prend la forme d'un véhicule épistémique de l'aménagement urbain porteur des représentations individuelles et collectives de la société au travers des multiples échelles organisationnelles. Le choix de la présente étude de travailler sur un espace central approprié par plusieurs communautés, tant dans les fonctions que socialement, déterminera la relation homme – environnement dans la zone considérée. Ainsi l'espace du centre-ville doit être aménagé spécifiquement selon l'appropriation et les projections que l'individu prévoit à travers sa représentation. L'environnement doit répondre à ces deux prérogatives mais également au besoin qu'a le sujet de nouer des liens avec autrui. Bien que ce principe soit plus facilement applicable et mieux pensé dans le milieu où l'individu se sent le plus chez lui – à savoir le quartier – ce dernier point ne doit pas être délaissé dans le centre-ville de par cette appropriation commune de l'espace et la représentation commerciale qui y est également une fonction majeure.

CHAPITRE 3

LA PERCEPTION DE L'ACTIVITE COMMERCIALE EN CENTRE-VILLE

3.1. L'activité commerciale : composante majeure de l'image du centre-ville

« Dans la ville européenne, le centre est un quartier que personne n'ignore. Commerces, administrations, monuments, et aires de rencontre se concentrent dans ce lieu chargé d'histoire ; à tous les niveaux il se caractérise par sa richesse et sa complexité. » (Woessner, 1979, p. 1039). Cette complexité constituant donc un milieu privilégié pour les études behavioristes ; la compréhension de l'image que se fait la population du centre-ville, support des comportements, permet de dégager les régularités des représentations citadines et éclairer l'urbanisme sur l'aménagement adéquat à mettre en place. A ajouter que si « Montesquieu disait qu'une ville est agréable et charmante lorsqu'elle est commerçante et qu'à l'inverse les villes qui ne sont pas commerçantes n'ont ni charme, ni agrément » (Metton, 1997, p. 47) ; c'est que la composante commerciale, intégrée dans le processus perceptif individuel, permet aux sujets ou aux groupes fréquentant l'espace l'appréciation de nouvelles expériences dans la représentation du milieu et du vécu personnel modifiant de ce fait la relation homme – environnement. « Le comportement commercial est, selon [la problématique behavioriste], considéré comme la résultante des préférences du consommateur, préférences acquises lors de la perception des avantages et des contraintes du milieu physique (localisation, accessibilité, etc.) et humain (valeurs, distance sociale, genre de vie, etc.) » (Bailly, 1984, p. 423).

Ainsi, si le milieu d'étude ne se réduit pas à cette seule composante commerciale – espace de consommation de services et de biens – comme le soulignait plus tôt R. Woessner, celle-ci revêt un aspect particulier de par l'absence ou le manque de commerces de proximité à l'intérieur des différents quartiers de la ville de Bulle et de la dualité des espaces commerciaux périphériques par rapport au commerce de détail au centre ; le centre-ville devient magnifié par une congruence d'attracteurs modifiant les représentations mentales des citadins au travers, notamment, de leurs comportements commerciaux et du symbolisme du lieu implanté par les groupes dominant et les multiples temporalités.

L'objectif de ce chapitre et de cette recherche de manière générale ne sera pas la simple explicitation des logiques et évolutions commerciales mais bien l'intégration de la fonction au travers des éléments susmentionnés dans la représentation individuelle de l'espace et par extension du comportement de groupe au sein du milieu donné : à nouveau, les propos d'A. Bailly apportent un éclairage sur la visée de l'étude. « Notre problème n'est pas de mettre en cause [...] les hypothèses de minimisation du déplacement d'achat, de transparence du marché, de distribution homogène de la population, mais de les enrichir à la lumière des attitudes subjectives des consommateurs liées à leurs expériences spatiales dans le cadre des sociétés occidentales. » (Bailly, 1984, p. 425). La structure commerciale, tout comme l'aménagement et le symbolisme du milieu, « [...] constitue alors un ensemble de signes dans lesquels il convient de rechercher les signifiés (structure sociale) responsables des pratiques spatiales. » (Bailly, 1984, p. 425). « Signifiés » qui prennent la forme d'une relation intime entre centre-ville et commerce permettant la création d'un véritable paysage commercial – dans le sens que la géographie behavioriste lui donne – inséparable du paysage urbain (Metton, 1997, p. 47).

De l'émergence brutale et d'un développement effréné des grandes structures commerciales périphériques répondant à une logique d'efficacité et dévaluant l'activité commerciale traditionnelle, l'image du centre-ville, tout comme la relation homme – milieu, s'est peu à peu transformée de par l'expérience individuelle acquise lors des fréquentations de ces commerces périphériques. Si nombre d'études dans les années 1970 se sont intéressées à la dualité de localisation des acteurs commerciaux – à savoir centre ou périphérie – et trouver le grand vainqueur de cette lutte acharnée, peu en revanche se sont intéressés aux capacités de résistance et de réponses du commerce central : « [on] a tout de suite pronostiqué, sans doute pour mieux sensibiliser l'opinion et figer les enjeux, un dépérissement de l'activité commerciale centrale avec, en arrière-plan catastrophique, l'atteinte aux capacités attractives du centre urbain millénaire, à son rôle de ferment dans la reproduction des comportements culturels et sociaux. » (Metton, 1997, p. 47). Et c'est bien ces comportements culturels et sociaux qui aujourd'hui, sont au cœur du changement : de l'utilisation intensive des véhicules motorisés, la réalisation d'une zone 30 km/h voulant conditionner le comportement individuel par une réappropriation de l'espace par le citadin et la diminution du trafic comme rugosité d'un espace dédié au piéton doit favoriser, non seulement l'activité commerciale, mais également la revitalisation et l'assainissement d'un centre-ville trop longtemps dédié à la voiture ; il convient donc dans cette enquête de comprendre comment ces dynamiques se sont mises en place mais également en quoi elles déterminent en partie les comportements commerciaux.

3.2. L'évolution commerciale : des théories traditionnelles à un cadre conceptuel nouveau

Si aujourd'hui, l'homme moderne a l'embarras du choix dans ses préférences d'achats de par la complémentarité entre centre-ville et périphérie, cela n'a pas toujours été le cas. De la monocentricité des villes anciennes, l'individu reconnaissait le cœur de la cité comme unique espace multifonctionnel lui permettant la consommation des biens et des services mis à disposition ; l'arrivée des grandes « boîtes à chaussures » comme lieu de substitution du commerce de détail ne fut rendu possible que par une congruence entre l'évolution sociétale et les moyens de production donnant de ce fait une nouvelle image aux pratiques de consommation que se soit à l'échelle intra ou interurbaine. La compréhension des mécanismes de cette évolution devient donc primordiale dans l'analyse behavioriste tenant compte notamment de cyclicités plus ou moins marquées et de l'expérience individuelle.

3.2.1. Société postindustrielle : composantes et mécanismes des changements

Le développement de la notion d'une société postindustrielle vient du prolongement théorique des modèles sectoriels de répartition du travail – à savoir primaire, secondaire et tertiaire. Ainsi, toute société satisfait d'abord certains besoins fondamentaux par le travail de la terre avant d'entamer une recherche de biens manufacturés puis enfin la consommation de services à mesure que l'individu s'enrichit ; notre société contemporaine est donc empreinte de ce glissement vers le secteur tertiaire. L'apport de D. Bell dans l'explication de la tertiarisation de la demande finale par la croissance économique permet d'illustrer mon propos : dans un premier temps, la progression des services dans l'emploi est permis en raison du lien entre croissance économique – revenu disponible des ménages – autrement formulée loi d'Engel – accompagnée d'une mutation des services eux-mêmes ; ceux-ci rencontrant une augmentation dans le tertiaire supérieur destinée aux individus (loisirs, qualité de vie...) et enregistrant une baisse dans le domaine de la production et de consommation de biens. Cette mutation modifiant la nature et la qualification même des activités professionnelles – la production d'information et de savoir est préféré à la production de biens – une nouvelle structure de classe socio-professionnelle émerge et de nouveaux systèmes de valeurs et de gestion se mettent en place conduisant la société vers cette tertiarisation (D. Bell in Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 43 à 45). « *Les changements économiques entraînent des changements dans les modes d'organisation des entreprises et les pratiques sociales. Cette nouvelle société dite aussi de l'information et du savoir parallèlement se complexifie, ce qui accroît les besoins en services à la fois en termes quantitatifs et qualitatifs.* » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 45).

Si l'évolution du modèle sectoriel du travail explique en partie l'avènement d'une société de l'information, ce facteur n'est pas le seul et la congruence entre progrès technologiques, mutations économiques et l'émergence de nouvelles valeurs sociales permettent le développement du présent chapitre.

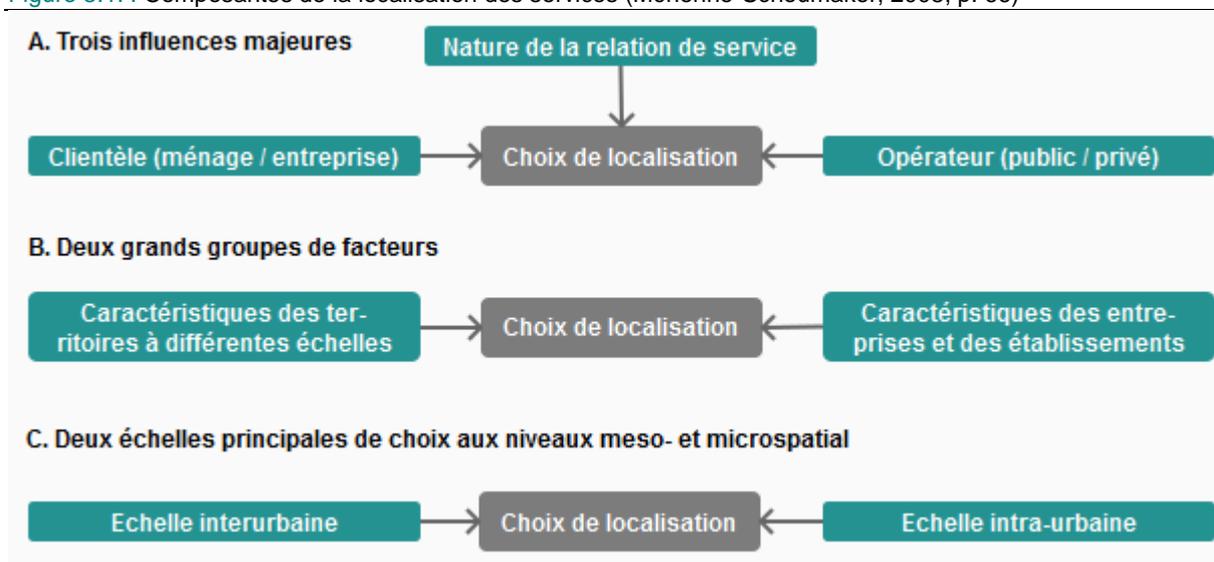
Ainsi, les progrès technologiques, outre les innovations propres à la diffusion de chaque bien ou service et celles non-technologiques comme une nouvelle organisation du travail ou gestion du personnel, sont principalement corrélés au domaine du transport « [...] en termes de localisation des services [...] avec deux influences majeures : celle de la voiture d'abord, qui a complètement modifié le concept de proximité jouant à l'échelle des services banals et celle de l'avion, ensuite, dont l'influence est surtout sensible dans le secteur du tourisme. » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 51). La convergence spatio-temporelle modifiant non seulement la distribution des choix d'implantation des commerces, mais également l'expérience des individus dans leur rôle de client-consommateur. Ajouté à cela, la corrélation de la mondialisation économique dès 1950 – pour citer rapidement ces mécaniques, de son internationalisation à sa globalisation en passant par sa transnationalisation – à celle culturelle permise via les flux d'informations, d'idées ou encore médiatiques induisent un changement irréversible dans le fonctionnement des sociétés humaines, de leurs identités et de leurs valeurs. Valeurs également influencées par les nombreuses mutations sociales qu'a connues l'homme dues à l'augmentation des revenus depuis le fordisme entraînant une dualisation de la société et une nouvelle pauvreté. La liste de ces changements n'est pas exhaustive mais il faut encore y inclure le vieillissement constant de la population, l'éclatement de nombreuses cellules familiales réduisant sensiblement sa taille, l'augmentation des temps de loisirs et enfin l'élévation générale du niveau de formation. Le mode de vie des sociétés évoluées est donc changeant, mais l'ensemble des systèmes mis en place dans cette recherche perpétuelle d'assistance humaine ne correspond qu'à un seul but : enrichir, valoriser ou libérer du temps dans une société toujours plus empreinte d'une quête d'estime et d'accomplissement de soi (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 51 à 58).

Enfin, « [le] développement et la structure-même des services dépendent encore largement des autorités publiques (nationales, régionales, locales) qui [...] peuvent aussi favoriser ou décourager certains investissements par le contexte qu'ils contribuent à créer ou à entretenir avec les acteurs économiques et sociaux et toute la société civile via la gouvernance, c'est-à-dire une forme d'organisation capable d'amener les acteurs à se comprendre, à travailler ensemble, à coordonner leurs projets, à résoudre les problèmes qui se posent... » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 58).

Le contexte sociétal mis en place, nous pouvons dorénavant nous concentrer sur certaines constantes dans les préférences des consommateurs et des choix de localisations des espaces dédiés aux services ou à la consommation. Outre le type de relation entre prestataire et usager – n'entrant qu'indirectement dans cette étude – la distinction de leur nature est importante pour contextualiser la recherche ; ce présent travail s'appuyant sur la localisation des services ou distributeurs de biens publics et privés à l'attention des ménages, de l'individu et non des entreprises. De plus, bien que les caractéristiques propres des établissements entrent en compte dans le choix de localisation, celles-ci sont surtout liées au fonctionnement interne de l'entreprise et le paysage urbain existant n'est que peu présent dans le développement de ce facteur ; c'est pourquoi nous préférons mettre l'accent sur l'influence des spécificités territoriales ainsi que la relation entre service et environnement permettant une localisation « optimum ». L'ensemble des variables définissant l'implantation commerciale peut ainsi se résumer sous la forme du schéma suivant (fig. 3.1) :

Ainsi marché, optimisation des coûts de production, contexte global régional et situation géographique sont constitutifs des caractéristiques territoriales à une échelle macrospatiale. L'existence de nouveaux potentiels de clients et la volonté de conquête de nouveaux marchés sont surtout le fait de grands groupes voulant étendre leur bassin de distribution tandis que la qualité de vie souvent définie par la situation financière et sociale de la région ainsi que l'image qu'elle renvoie détermine l'implantation de l'ensemble des prestataires. Enfin, la localisation géographique de la zone envisagée dans la hiérarchie globale des villes rend compte de son positionnement relatif par rapport aux marchés déjà en place ; ce dernier facteur devient primordial dans le choix d'implantation (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 73).

Figure 3.1. : Composantes de la localisation des services (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 66)



Julien Glasson, 2013

Concernant les caractéristiques territoriales à une échelle méso-microspatiale, ceux-ci sont nettement plus nombreux. Comme précédemment, situation géographique et marché interviennent, mais de manière plus fine et l'apparition d'une concurrence entre enseigne dans les volumes de clients potentiels sur un espace défini devient déterminant – les distances, physiques ou sociales, jouant donc un rôle important dans l'aire d'attraction commerciale. A cela s'ajoutent transport et par extension accessibilité permettant d'agrandir la zone d'achalandise lors d'une implantation en centre-ville ou sur une pénétrante urbaine, mais également marché du travail et marché foncier capitaux dans la disponibilité en main d'œuvre et de terrain en fonction respectivement de la qualification humaine et du prix des biens fonciers ; ce dernier aspect restant déterminant dans la spécialisation commercial d'un espace donnée, il semble que plus le prix du terrain augmente, plus la distribution

se spécialise, éliminant de ce fait les services ou biens banaux et ceux occupant trop d'espace. L'environnement économique et social jouant directement sur les économies d'agglomération sont des facteurs importants de ce principe de différenciation minimale ; « [il] faut donc tant pour le grand groupe hôtelier, l'enseigne de commerce nationale ou internationale, la boutique de luxe se retrouver à côté de ses semblables dans la nouvelle zone commerciale près de l'aéroport, la rue principale de la ville ou le quartier réputé de l'agglomération. » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 83) et y intégrer la fonctionnalité des immeubles ou du site, le poids de la tradition et le prestige du lieu définissant l'environnement social – éléments issus non seulement de l'image de l'espace mais également de son attrait économique. Enfin, le cadre de vie permet un regroupement et une segmentation fonctionnelle et sociale de la ville par ce même processus d'économies d'agglomération : individus et entreprises partageant les mêmes valeurs ayant tendances à se regrouper. La segmentation de la ville est également tributaire des politiques et interventions des pouvoirs publics influençant non seulement les localisations par l'établissement de cadres légaux et de réglementations urbanistiques, mais aussi en devenant des opérateurs à part entière en décidant de l'emplacement de leurs propres services ; hôpitaux, universités, écoles et autres centres sportifs induisent logiquement un développement différentiel polarisé de la cité (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 83 à 85).

Le développement des précédents paragraphes a permis de mettre en avant les liens entre services et territoire – on sous-entend par cette notion que le lecteur a pris conscience de la différenciation entre espace et territoire qui est le fait de l'appropriation d'une zone par les groupements et autres pratiques sociales – et ces relations, comme le souligne à juste titre B. Mérenne-Schoumaker, « [...] peuvent être envisagées dans les deux sens, ce qui conduit à poser aussi la question du rôle des services dans le développement local et régional » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 89) mais plus amplement sur l'implication commerciale dans le rôle de territorialisation. Si l'équation définie précédemment, milieu urbain plus signe égale paysage, démontre la validité du postulat de congruence entre homme et paysage commercial comme composante de l'environnement, c'est que la projection des usages individuels permet une modification dudit paysage et par extension de l'activité commerciale elle-même : le lien territorial peut donc être renforcé par l'aménagement urbain tenant en partie des envies personnelles et des composantes de l'image commerciale perçue « [...] qui donneront au centre non seulement une masse économique, mais une valeur symbolique qui le rend lisible et « consommable » ». (Bailly, 1984, p. 425).

3.2.2. Une hiérarchisation des villes toujours en progression : les localisations interurbaines

La hiérarchie fonctionnelle associée à la taille des villes et le poids de leurs aires d'influence est usuellement utilisée pour déterminer la répartition des activités de service aux échelles nationales et régionales. Découlant de ces principes, les théories des lieux centraux et de la base ne se suffisent plus aujourd'hui devant la complexification du développement urbain et des modes de vie adoptés par les sociétés occidentales ; métropolisation, globalisation et réseaux et systèmes de ville supplantent l'explication des modèles du XX^{ème} siècle dans la répartition interurbaine des services (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 93). Avant de comprendre ces derniers, une présentation succincte des premières théories est nécessaire.

3.2.2.1. Du modèle classique...

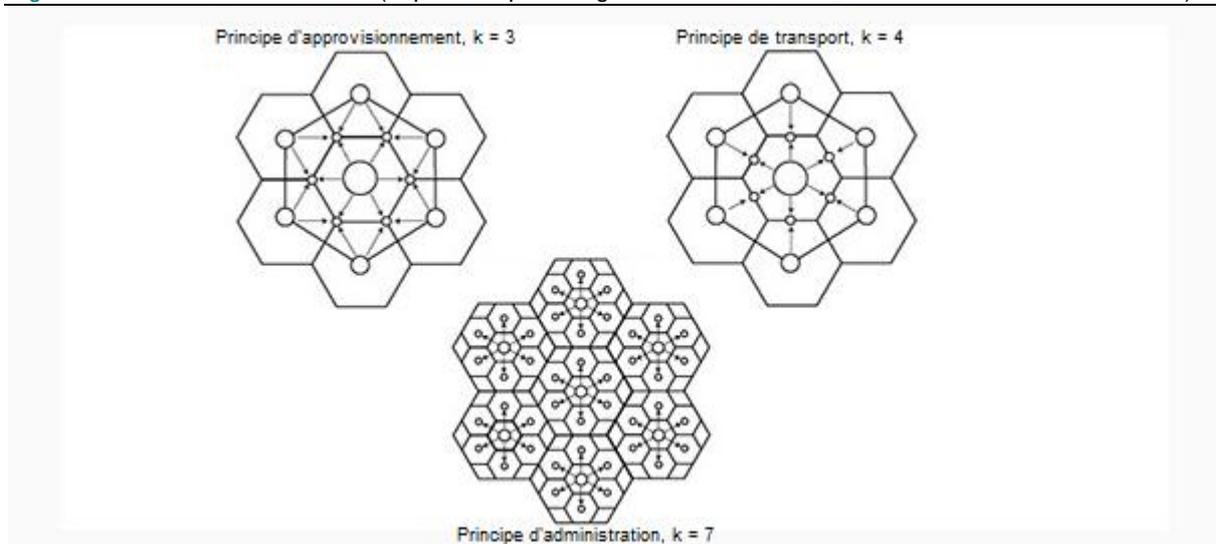
Le modèle de la base de Hoyt et celui des lieux centraux de Christaller supposent tout deux que la contrainte de proximité est déterminante dans les préférences individuelles de consommation afin de permettre une diminution des coûts de transport. La localisation des producteurs de services aux ménages est donc conditionnée par la distribution spatiale des consommateurs ainsi que le développement des activités de services corrélé au pouvoir d'achat de la population locale.

Ainsi, le modèle de Hoyt, relativement simplifié, traite des relations entre secteurs économiques. Celui-ci lie la croissance d'un territoire à la présence d'un secteur exportateur capable d'amener des flux monétaires ; le secteur résidentiel n'obéissant qu'à la demande locale des ménages de personnes employées dans le secteur exportateur avant d'intégrer les ménages issus des activités de service aux travailleurs industriels. « *L'industrie est le moteur régional et les services sont induits par la répartition de la population et de son pouvoir d'achat, répartition elle-même largement liée à la localisation des secteurs importateurs.* » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 97).

Le modèle développé par Christaller, quant à lui, met en avant « [...] les relations entre les différents types de services ou d'industries et considère la ville comme une place centrale dont le rôle est de fournir des biens et des services à l'espace environnant. » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 97) ; ces biens et services différant d'une ville à l'autre en raison, d'une part de leur portée – considérée dans le cas présent comme la distance maximale qu'un consommateur accepte de parcourir pour acquérir le service/bien en raison du coût de déplacement – et d'autre part de certains seuils d'apparition de l'offre – à prendre dans le sens du volume de clientèle minimale associée à chaque fonction pour assurer un profit au producteur. A l'exemple d'un bien unique, la répartition des marchés est hexagonale, sa superficie correspondant au seuil de production tandis que s'il y a existence de plusieurs produits, on voit apparaître un regroupement des producteurs bénéficiant des économies d'agglomération susmentionnées plus tôt. La hiérarchie des villes se fait dès lors ressentir : un premier ensemble de petites villes produisant les biens les plus demandés apparaissant en début de chaîne, puis en nombre réduit des villes de deuxième niveau proposant des produits moins demandés avant des villes de troisième niveau... Il faut également considérer que chaque groupe de ville occupant la même place dans la hiérarchie exercent des fonctions égales ou inférieures à celles se trouvant au niveau supérieur. Biens et services sont donc regroupés dans des lieux centraux en fonction de leurs portée et seuils d'apparition « [...] selon une hiérarchie emboîtée de niveaux de fonctions qui définit, à son tour, une hiérarchie de lieux centraux correspondant chacun à un niveau de polarisation (interaction entre un centre et sa zone d'influence. » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 99).

Cette théorie des lieux centraux permet de dégager trois modèles spatiaux de hiérarchie des lieux selon la nature de l'*optimum* à réaliser : le premier modèle répondant au principe du marché par la maximisation du nombre de lieux centraux conditionne la position des villes de première importance au sommet de triangles équilatéraux ; chaque sommet étant entouré par six villes de niveau immédiatement inférieur, la clientèle d'une ville se trouvant au sommet d'un triangle se compose de six fois un tiers de celle des villes immédiatement inférieures à laquelle s'ajoute la sienne propre. Le principe des transports permet d'englober la réduction des coûts excessifs d'infrastructure de communication qui serait nécessaire au maillage du premier modèle ; une déformation se fait donc ressentir sur les villes de hiérarchie inférieure par une reliure directe des axes de circulation. Enfin, afin de permettre une exclusion de la concurrence entre villes de hiérarchie différente, le principe administratif détermine l'encadrement et le contrôle politique territorial par la mise en place d'une circonscription hexagonale. Ces trois principes étant à combiner pour l'élaboration d'un modèle fiable. (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 99).

Figure 3.2. : Modèle de Christaller (http://fr.wikipedia.org/wiki/Mod%C3%A8le_christaller : 16.09.13)



Julien Glasson, 2013

La remise en cause des liens entre répartition des services et hiérarchie urbaine n'est pas nouvelle ; outre le fait que l'on observe aujourd'hui des spécialisations locales ou régionales émergentes, fruit d'une décentralisation opérée depuis certaines grandes métropoles congestionnées, ou à l'inverse un renforcement de certaines agglomérations par une centralisation excessive, notre propos permettant une remise en question de ces modèles ne tend pas seulement aux changements des dynamiques globales mais surtout de leurs raisons profondes. « Pas plus que la théorie des places centrales, la loi de la gravitation et du commerce de détail de Reilly, dérivée de la physique newtonnienne, ne peut satisfaire notre problématique. Reposant sur des

hypothèses implicites d'égalité des revenus, de la structure des activités, des goûts, cette loi ne se justifie que pour une masse énorme de population considérée comme homogène. » (Bailly, 1984, p. 425). Le comportement des individus ne se résumant pas à une réponse mécanique à l'espace – illustré dans le chapitre deuxième – « [...] la rationalité du consommateur n'est pas identique pour chacun et qu'une pondération entre la distance et les attributs caractéristiques du lieu d'achat est subordonnée au système de valeurs et de référence propre à chaque individu. » (Bailly, 1984, p. 246).

3.2.2.2. ... Aux concepts nouveaux

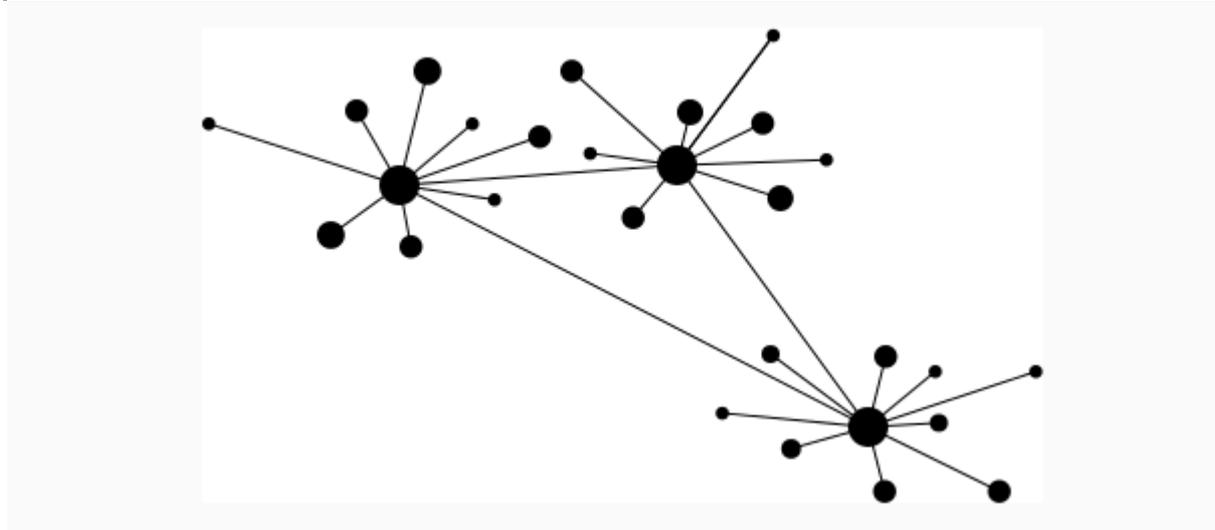
Reposant sur une théorie évolutive des hiérarchies, ces concepts issus des changements sociétaux restent majoritairement basés sur des calculs statistiques probabilistes n'intégrant pas les raisons profondes de ces changements mais leurs conséquences ; les hétérogénéités spatiales – on pense notamment aux taux d'urbanisation, aux densités de population rurale, au degré d'inégalité de la taille des villes... – amendent la théorie des lieux centraux au profit d'une intégration des transformations urbaines et leurs dépendances aux structures politiques et économiques (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 103).

Réseaux et systèmes villes mettent l'accent sur l'interaction entre cités, leurs interconnexions par réseaux de transport et télécommunication notamment sur les dynamiques des diffusions des innovations. Mettant en avant le rôle majeur des relations horizontales – pôle à pôle de même niveau – et sur le caractère maillé des interactions spatiales et non plus pyramidales ou arborescentes, cette mécanique est à l'origine de trois changements majeurs : premièrement d'une simplification par le bas des hiérarchies du fait d'une croissance des échanges entre pôles spécialisés, le processus cumulatif rendant certains pôles déjà développés plus attractifs pour de nouveaux services et une adaptation du comportement individuel qui par l'augmentation de la mobilité recherche des centres multifonctionnels ; ensuite un maintien des principales polarisations nationales voire leur renforcement et enfin l'émergence d'un nombre limité de villes internationales par le besoins en ressource que celles-ci réclament de leur arrière-pays. La morphologie de ces réseaux avant définis en toile devient aujourd'hui étoilée conforme au modèle de *hubs & spokes* (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 103).

Le phénomène de métropolisation traduit l'émergence des villes principales via une concentration de services déterminant une forme particulière de polarisation et par extension l'implantation des secteurs les plus dynamiques et créateurs d'emplois dans les grandes métropoles ; ce qui traduit également une polarisation économique favorisant le flux de jeunes actifs des villes de moindre importance dans la hiérarchie urbaine vers ces mêmes métropoles. Par extension, les grandes villes dites globales, du fait de mouvements et conjonctures cycliques, se développent plus en période de croissance économique et connaissent un ralentissement lors de stagnation de l'économie internationale (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 105).

Enfin, B. Mérenne-Schoumaker définit par la formulation suivante le nouveau concept de globalisation rendant compte de la nouvelle gestion de la multilocalisation et de la répartition des services aux entreprises : « [se] basant sur l'adoption d'une vision plus large de la demande et de la concurrence sur une approche plus globale de la diversité des situations nationales ou régionales, elle explique la nouvelle organisation des entreprises qui s'appuie à la fois sur une division du travail élargie et des ancrages locaux forts, voulant profiter de la mondialisation tout en limitant ses inconvénients par la recherche de performances lui permettant de se différencier des concurrents. » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 107). De ce fait, le comportement spatial devient la résultante de trois logiques d'organisations spatiales : celle territoriale se basant sur les fondements théoriques de Christaller et Lösch déterminant surtout les positionnements des administrations publiques et autres fonctions fédérales ; une logique compétitive liée aux activités industrielles via le commerce de gros et les services de transport et pour terminer la prise en compte d'un système en réseau influençant la localisation des activités de tertiaires avancées où la complémentarité entre villes d'un même territoire dans la synergie qu'elles développent notamment dans les domaines de la finance, du tourisme et des réseaux d'innovations (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 107).

L'ensemble des logiques développées dans le paragraphe précédent peut se définir par la figure 3.3 de la page suivante.

Figure 3.3. : Modèle de *Hubs & Spokes* (<http://www.cairn.info/resume.php: 16.19.13>)

Julien Glasson, 2013

3.2.3. Une différenciation spatiale concentrique : les localisations intra-urbaines

Corrélée à la centralité principale et à l'organisation auréolaire plus ou moins concentrique du territoire, la répartition des services dans les espaces urbains a fait l'objet de plusieurs modèles. De la théorie de la rente foncière au principe de différenciation *minimum*, ces processus, à la différence des modèles de localisations interurbaines, sont toujours valables aujourd'hui malgré le renforcement de nouvelles polarités périurbaines et la spécialisation de certains territoires (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 113).

3.2.3.1. Du modèle monocentrique ...

Deux tendances sont d'abord à dégager, d'une part la période pré-1960 caractérisée par un centre fort regroupant la plupart des services urbains majeurs – administration, juriste, culture, religion... – et marchands – commerce de détail, restaurant, finance... – et d'autre part, logiquement, la phase post-1960 où, surtout dans les grandes villes, on voit apparaître une concentration de services spécifiques dans certains quartiers – on pense naturellement aux quartiers d'affaire et autres centres commerciaux spécialisés.

Résulte donc trois modèles de base en écologie urbaine expliquant non seulement la répartition des activités au sein de l'agglomération, mais également l'influence que la convergence spatio-temporelle a opérée ces dernières années. Bien que critiqués précédemment de par leur manque d'accent sur l'individualisation du sujet comme unité de base de l'analyse, ces modèles déjà esquissés au chapitre deux méritent un développement puisqu'ils permettent de faire état des dynamiques sociétales tout en proposant schématiquement une approche mécaniste du territoire objectif qui sera l'objet d'étude – à savoir la ville de Bulle. Ainsi, le modèle de spécialisation concentrique de Burgess traduit un besoin d'interactions des groupements humains entre économie et société ; le centre y est prépondérant puisque réuni la vie commerciale et administrative de la ville reliée par une nodalité de transport performant à une zone transitoire comprenant industries et habitats dégradés, une zone résidentielle plutôt dominée par les ouvriers et celle qui suit comprenant un habitat aisé avant de rejoindre quelques poches dispersées dans le suburbain dédiées aux migrants quotidiens plus fortunés. Viennent ensuite le modèle sectoriel déjà décrit précédemment et enfin celui de Harris et Ullmann qui rend compte des mutations sociétales en cours de par l'utilisation intensive des véhicules individuels et de la multipolarité spécialisée se développant selon quatre variables : les besoins spécifiques de certaines activités notamment en termes d'accessibilité, une tendance au regroupement des activités de même type, une incompatibilité de certaines fonctions et enfin la capacité des activités – notamment de tertiaire supérieure – à payer des rentes foncières plus élevées (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 115-117).

Ces modèles, ne se suffisant pas à eux-mêmes, sont logiquement à corrélés à la théorie de la rente foncière et au principe de différenciation *minimum* dans l'explication des localisations différentielles des services en milieu urbain. De ce fait, la théorie de la rente foncière – postulant que de par son accessibilité, le centre restant un

emplacement clé dans un choix d'implantation induit une gradation de la valeur foncière des terrains de l'extrême périphérie au centre-ville – explique que certaines fonctions, ayant un capital d'investissement plus élevé que d'autres, deviennent prioritaires dans le choix des terrains ; les moins prolifiques pécuniairement devant se contenter des zones extérieures au centre-ville ou à certains quartiers d'affaires. « *La localisation traditionnelle des services en milieu urbain obéit donc à une logique d'auréoles successives organisée autour d'une centralité, elle-même corrélée à l'optimum d'accessibilité.* » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 119), mais pour autant, il n'est pas impossible que le système évolue et que le centre principal se déplace par polarisations dues à la création de centralités secondaires ou encore d'un chamboulement du marché foncier lui-même. Pour terminer sur le sujet, le principe de différenciation *minimum* permet de mettre en avant la proximité d'activités complémentaires ou une accessibilité particulière que recherchent certaines firmes ; si le regroupement de magasins offrant exactement la même gamme de produits au consommateur est dommageable pour les affaires, l'attrait de la concentration de bien visant une même clientèle mais non-concurrentiel – à l'exemple de regroupements des produits de luxes dans un même quartier commercial – permet non seulement la diminution de l'incertitude du marché, mais également une augmentation de sa visibilité envers les chalands potentiels (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 121).

3.2.3.2. ... Aux concepts d'aujourd'hui

La périurbanisation récente de nombreuses activités, dont celle commerciale, œuvre de forces centrifuges marquent la modification de ces organisations traditionnelles tandis que l'élasticité des modèles préétablis permet le maintien de leur force explicatrice. Avant de nous attarder sur les effets de cette périurbanisation, il convient d'en lister les causes dont l'évolution des transports, valeurs sociétales et offre foncière en sont les principales composantes. Les nouvelles accessibilités dues à la convergence spatio-temporelle par augmentation de la vitesse des déplacements a principalement autorisé et favorisé ce phénomène urbain ; relâchement de la contrainte de proximité pour permettre un rapprochement client-prestataire et par la même occasion le déplacement des services dans les sites périphériques, seuls espaces à pouvoir autoriser des tailles de parkings capables d'accueillir cette nouvelle masse de véhicules individuels. Les valeurs sociétales changeantes conditionnées d'une part par un rapprochement de la nature et la magnification du symbole qu'est la maison individuelle a poussé les populations les plus aisées à quitter la ville pour s'installer dans le périurbain ; il n'aura pas fallu longtemps aux services à la personne et autres prestataires de biens pour comprendre l'importance d'un rapprochement spatial vers cette clientèle aisée. Enfin, l'important différentiel de coût du terrain entre centre et périphérie et l'offre immobilière plus large et mieux adaptée en termes de locaux – les bâtiments à plusieurs étages des centres-villes représentent une vitrine moins alléchante que les grands locaux plain-pied des bordures de cité – favorisent également cet exode urbain des commerces (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 123-125).

Néanmoins, ces mutations sociétales, comme déjà cité, n'ont que peu bouleversé le cadre conceptuel établi ; les principes contenus dans le précédent chapitre restent donc valides et l'adaptation du modèle de Burgess ne varie que peu par rapport à celui de la ville polycentrique d'aujourd'hui malgré le phénomène de périurbanisation. Le prochain paragraphe aura donc plus à vocation une mise en avant des conséquences majeures qu'ont connues les cités dans leur morphologie de par les choix de localisation intra-urbaines des services ainsi que certaines constantes toujours encrées dans ces modèles.

Si le cœur urbain a tendance à se maintenir comme lieu de concentration des institutions financières, communales, culturelles et de divertissement, le commerce, a tendance à se déporter, en tout cas en partie, vers la périphérie des villes. La spécialisation polynucléique reliée par un système de transport efficient – fruit non seulement d'un aménagement désiré par l'urbanisme durable mais aussi par la situation relative du lieu, le voisinage des activités complémentaires ou non et la loi du marché foncier – permet l'émergence et le développement de véritables centres secondaires complémentaires à la centralité principale. De ce fait, « *[la] diversification des localisations des services au sein des agglomérations ou des régions urbaines découlerait ainsi plus d'un accroissement des contrastes entre les activités elles-mêmes et de leurs attentes en termes de localisation que des principes-mêmes régissant les localisations.* » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 126). La polycentralité morphologique des villes d'aujourd'hui serait donc le fait non seulement des choix de localisations interurbaines mais également intra-urbaines.

3.3. Le commerce de détail : entre spécialisation et banalisation du centre-ville

Avant d'entreprendre certaines explications concernant les spécificités de l'activité commerciale en centre-ville, il convient dans un premier temps de dresser les contours de la notion de commerce. Ainsi, pour Bernadette Mérenne-Schoumaker, celle-ci s'apparente à une activité ayant pour objet la vente de produits ou de services dont la fonction principale devient l'échange. Et d'ajouter qu'« *[existant] depuis la plus haute antiquité et se retrouvant sous toutes les latitudes, [ce] secteur n'en est pas moins diversifié car en lien direct avec les sociétés dans lesquelles il est implanté. Il a aussi beaucoup changé au cours de la seconde moitié du XX^{ème} siècle.* » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 181) notamment par les changements de dynamiques présentés plus haut. La définition du commerce peut donc s'apparenter à la transmission d'une possession moyennant contrepartie et s'articule autour des trois « d » : différence, impliquant que l'un possède ce que l'autre n'a pas, cette notion donne une possibilité d'échange qui peut passer ou non par un intermédiaire monétaire ; le désir, producteur ou vendeur devant consentir à se délester de son bien et le consommateur à l'envier ; pour terminer distance, ou plutôt régulation de la rugosité spatiale par l'intermédiaire d'un moyen de transport permettant le rapprochement de ces deux moteurs des circuits commerciaux. Il faut également distinguer deux types de commerces : celui de gros, considéré comme l'action de vendre un produit en grande quantité à des revendeurs, des utilisateurs ou des collectivités, mais ne nous intéressant pas spécialement dans cette recherche et celui de détail, consistant à vendre de petite quantité à l'utilisateur final (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 181).

Voilà donc pour la théorie, mais la réalité réserve quelques spécificités par l'existence de formules particulières qui brouillent la donne. L'apparition des *cash & carry*, apparentés au commerce de gros mais en libre service, la vente par correspondance via certains magazines ou sites spécialisés et les enseignes réunissant à la fois commerce de gros et de détail ne permettent plus une catégorisation standard de par les définitions préalablement établies. Concernant la fonction qui nous intéresse, le commerce de détail influencé par ces nouveaux modes de vente, selon B. Mérenne-Schoumaker, s'articule autour de la définition suivante : activité se réalisant soit en magasin (local où l'on reçoit ses clients, où l'on expose la marchandise, où se traitent les ventes) ou hors-magasin (marchés, tournées) ou soit dont les formes de vente étant sans contact direct avec le client (vente par correspondance, à domicile ou encore via des automates) (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 183). Malgré cette diversification des formules et formes commerciales, sa fonction essentielle reste l'échange, garant d'un fonctionnement économique par l'implication des flux de marchandises, d'informations et de personnes mais également la mise en place d'un circuit engendrant des mouvements de capitaux. Ajouter à celle-ci, la fonction d'animation et de distraction par les marchés, rues commerçantes et autres centres commerciaux participent largement à l'influencer le cadre de vie des individus évoluant dans cet environnement, sans oublier la capacité organisatrice de l'espace des commerces mais encore la prise en compte notamment de la publicité pour son rôle informatif permettant l'évolution sociétale et le lien social que crée la fonction commerciale (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 183).

« *Malgré l'universalité de certains de ses caractères, le commerce prend dans l'activité des différents pays du monde une importance variable et revêt dans le paysage des formes variées.* » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 183). Ainsi, les principaux facteurs de différenciations des organisations et formes commerciales dépendent notamment du système sociopolitique en place, des variables économiques techniques mais aussi d'une certaine forme d'organisation culturelle (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 183).

Le commerce reflète ainsi le système sociétale dans lequel il s'inscrit notamment par l'intermédiaire des hiérarchies subordonnant des individus, groupes et structures à d'autres groupements comme l'importance et la modalité de l'intervention des pouvoirs politiques dans l'organisation du système socio-économique ou encore l'aménagement territorial à proprement parler. Le libéralisme, dirigisme ou l'étatisme deviennent des notions prépondérantes dans l'organisation commerciale tout comme le niveau de développement du capitalisme et du libre-échange dans les sociétés occidentales en matière économique. Le niveau du développement technologique, aussi bien pris en compte dans la modernisation des systèmes de transport, d'organisation de la fonction commerciale en soie – on pense logiquement à la gestion des stocks, modes de vente... – et des équipements des ménages et du degré de pénétration technologique au sein des foyers – réfrigérateurs, congélateurs et autres cartes de crédits devenus monnaie courante aujourd'hui – témoignent également de la diversité de ces patrimoines culturels. « *Par ailleurs, toutes les organisations commerciales portent le poids du temps et de l'espace, des structures du passé et des territoires où elles s'inscrivent, en particulier de*

l'urbanisation, des réseaux de transport et, bien entendu, des contraintes naturelles. » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 185).

3.3.1. Mutations récentes des centres-villes

Entre mutations de l'offre et de la demande, les changements récents opérés dans la gestion commerciale au sein de la ville sont surtout le fait des évolutions de ces cinquante dernières années. Concernant l'offre à proprement parler, les principales modifications sont le fruit de sa croissance exceptionnelle – non étrangère au processus de concurrence de plus en plus important sur l'ensemble des marchés – issus d'une corrélation entre facteurs suivants : un changement des méthodes de vente et des formats de magasin, une innovation du marché permettant une nouvelle offre de produits et de services et pour terminer des formes d'organisations commerciales en mutation perpétuelle (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 189).

L'essor du libre-service induit de nouvelles formes de vente à l'exemple du développement des hypermarchés, supermarchés et autres grandes surfaces spécialisées apparentés à des commerces sans vitrine, selon l'expression de R. Péron (Péron *in* Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 189), permettant une révolution psychologique sans précédent puisqu'il s'agit de faire effectuer par l'acheteur une partie du travail précédemment échu au vendeur. Le développement de la vente par correspondance incluant téléshopping et commerce via internet – cette dernière forme n'étant que l'aboutissement du commerce par correspondance en remplaçant les vitrines traditionnelles par les sites internet comme véritables devantures permettant sous certaines fonctionnalités une comparaison directe des produits – et modifiant les interactions client/commerçant voire supprimant même le déplacement de l'individu par les livraisons à domicile. Apparentée à une autre mutation récente, l'émergence et la croissance spectaculaire des grandes surfaces planifiées ou non selon le développement périphérique a permis non seulement la propagation du discount – rendu possible par une augmentation des ventes et par extension une diminution des charges liées à un équipement simplifié du magasin, un assortiment relativement limité et le service réduit offert au client – mais également le développement d'offre de bouquet – apparentée à une offre globale en termes de services et de biens autour d'un même thème rendant de ce fait symbolique le lien entre bien et service et permet le passage d'un marché de produit à marché de solutions. La modification des relations offre/demande est donc le fruit d'une transformation des marchés transactionnels en marchés relationnels. L'influence de ces nouveaux types de distribution s'est également fait ressentir dans ce que nous pouvons définir comme le marché de proximité, puisque celui-ci, face à la saturation de l'offre des grands pôles et par une volonté de réinvestir des territoires oubliés par le commerce traditionnel, développa des magasins à taille humaine dans certains quartiers urbains en restructuration ou nouveaux afin de rétablir une certaine relation de familiarité entre commerçant et client. (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 189 à 191).

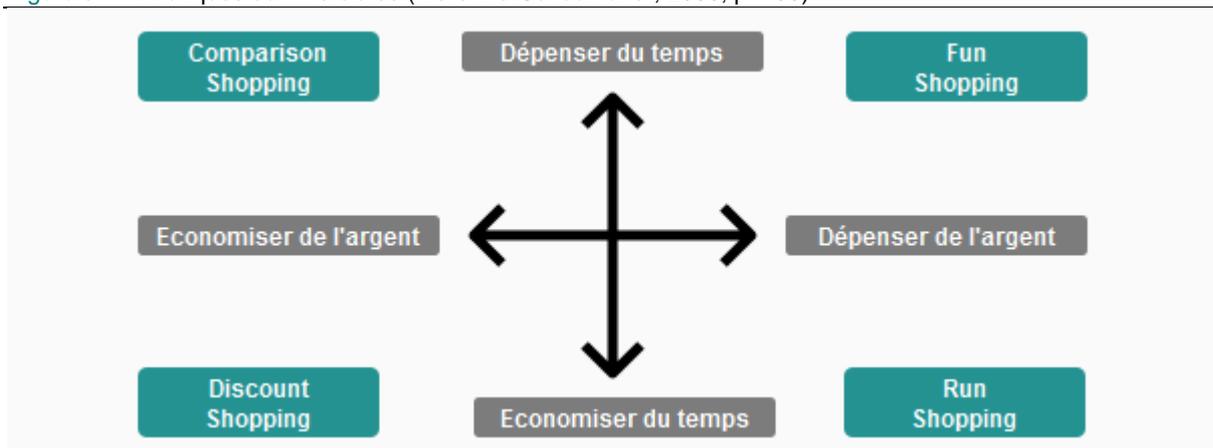
Corrélées à celles de l'offre, les mutations de la demande, se référant au consommateur, s'inscrivent dans le contexte plus général ou interfèrent notamment revenus individuels, changements des valeurs sociales, mutations des modes de production et les types de consommation (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 193).

L'arrivée de nouveaux commerces spécialisés – on pense surtout aux commerces ethniques et nouvelles enseignes de proximité – permis par une augmentation des immigrations n'est pas le seul fait des évolutions démographiques ; réduction de la taille des ménages ainsi que le vieillissement de la population favorisent l'adaptation à de nouveaux procédés de manufacture réduisant les contenances des emballages mais également l'apparition de nouveaux produits de bien-être destinés à une population vieillissante. La dualisation croissante entre biens de luxe et commerce de masse, corrélée aux changements socio-culturels, provoquent ce bouleversement récent des structures commerciales par spécialisation de certains pôles autant assimilés à des zones de vente que de loisirs où l'on invite les clients à faire de nouvelles expériences – tester un sport ou encore écouter de la musiques – permettant de passer un « bon » moment en faisant ses courses, à s'évader de la routine quotidienne le temps d'un après-midi. Mais le changement le plus important en termes d'impacts sur les localisations commerciales reste la périurbanisation résidentielle induisant de fait une périurbanisation des activités commerciales par un passage d'une mobilité piétonne à une utilisation intensive de l'automobile. Ce processus impose plus ou moins partout en bordure de ville la réalisation de grandes aires de stationnements favorisant cet exode urbain. *« Comme, en outre, les segmentations sociales des espaces ont crû et que le commerce est avant tout une fonction induite, il est assez logique que l'évolution des appareils commerciaux soit assez corrélée aux changements de population : en déclin et en difficultés dans les zones qui perdent des*

habitants ou voient décliner les revenus, en croissance et en boni dans les nouveaux quartiers ou les zones en développements. » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 195).

Ces mutations induisent de nouveaux comportements individuels souvent complexes qui interfèrent ; la société occidentale se voit donc caractérisée par une individualisation croissante des attentes, une moindre fidélité aux marques et enseignes qu'auparavant et bien entendu une mobilité toujours en expansion. Le consommateur devient de plus en plus « zappeur » ou « caméléon » selon les propos de B. Mérenne-Schoumaker, en combinant quatre grands types de pratiques reposant à la fois sur les valeurs sociales et au temps et l'argent, illustrés par le schéma suivant (fig. 3.4) (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 196).

Figure 3.4. : Pratiques commerciales (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 196)



Julien Glasson, 2013

Le comportement commercial des groupes devient de plus en plus difficile à prévoir par cette multiplicité de pratiques ; c'est pourquoi une « [remise] en cause des analyses concentrées sur les seuls apparents (comportements), la géographie de la perception se consacre non seulement à la pratique spatiale mais surtout au vécu par l'individu de son territoire : l'espace est décrypté à travers les représentations individuelles, les discours émanant des divers groupes qui le fréquente, dans le but de comprendre l'influence de l'apprentissage, des pratiques, sur les espaces activités » (Bailly, 1984, p. 423). Ainsi, plutôt que de s'attarder sur la finalité comportementale pour ce qu'elle est, la géographie behavioriste permet de mettre en avant les différents repères, schémas logiques conditionnés par le vécu individuel afin de comprendre, ou du moins en partie, quelles sont les variables majeures intervenant dans le processus menant de la perception à l'action.

3.3.2. Spécialisation traditionnelle ou banalisation des produits ?

En ce qui concerne le centre à proprement parler, celui-ci est également conditionné par ces mouvements sociétaux et l'apparition des grandes surfaces commerciales de périphérie. Comme le souligne Alain Metton, « [...] les grands gagnants de l'évolution commerciale sont les commerces de service, qu'il s'agisse des services à la personne (coiffure, esthétique, teinturerie...), plus encore les cafés et cafés-restaurants et tous les services d'agences immobilières, bancaires... qui tendent à occuper aujourd'hui les meilleures sites : place centrale ou angles de rues passantes. » (Metton, 1997, p. 48). Finalement, le commerce du centre-ville semble suivre deux évolutions paradoxales : d'une part, une hyperspécialisation vers un commerce de luxe, de loisirs et de la culture au profit d'une clientèle aisée et d'autre part, vers une banalisation de l'éventail commercial par la mise en avant des services courants pour une clientèle travaillant sur place ou venant se promener sans réelle intention d'acheter. La résultante est un sentiment de fragilité de ce commerce central tourné vers des secteurs plus ou moins pointus, changeants ; l'image est multiple, « [...] entre commerce de prestige et de rareté et commerce populaire et ludique pour les jeunes, commerce pour la clientèle de bureau, les touristes et promeneurs, tandis que l'offre de biens courants pour la clientèle résidant encore en centre-ville ne cesse de s'amenuiser. » (Metton, 1997, p. 49). La fragmentation de l'activité commerciale se fait donc menaçante.

A l'exemple d'Orléans (France), – qui a choisi de piétonniser son centre pour contrer l'activité commerciale périphérique et par extension de modifier le plan de circulation pour s'adapter à ce nouvel aménagement – la fragmentation spatiale d'un centre certes fortifié d'un point de vue de l'offre commerciale par la complémentarité

entre produits spécifiques et banals, rend l'image du cœur de la cité hétérogène sans compter la concurrence entre ces commerces plus ou moins rivaux, ayant chacun leur clientèle particulière. Le cas de Clermont-Ferrand (France), illustre également bien la situation bulloise par l'implantation d'un nouveau centre commercial périphérique voulant résorber le trafic de transit, mais provoquant un glissement de l'animation du centre historique, administratif et commercial ancien vers ce nouveau centre moderne par une zone piétonne qui a fonctionné comme chemin de transfert. « *Sans multiplier les exemples, nos centres-villes évoluent vers une fragmentation de l'activité commerciale en sous-centre spécialisés qui ont sans doute l'avantage de ratisser plus largement la clientèle mais en la ségrégant [sic] spatialement dans des espaces aux qualités et aux caractéristiques commerciales plus conformes à chacun de ses besoins et aspirations. L'hypercentre conçu comme lieu d'animation commerciale principale, creuset pour toutes les formes de rencontre sociale et d'identification à un lieu et à une culture, n'est plus qu'un souvenir face à une centralité maintenant parcellisée et d'autant plus fragile vis-à-vis des concurrences spécialisées.* » (Metton, 1997, p. 49-50).

Malgré ses progrès en termes de concurrence vis-à-vis des grandes surfaces, le commerce de centre-ville manque de « locomotive ». « *Il reste encore aujourd'hui à trouver qu'est-ce qui peut créer la centralité commerciale de centre-ville au même titre que l'hypermarché fait la centralité commerciale périphérique.* » (Metton, 1997, p. 50). La citation d'Alain Metton permet de mettre en avant, que par-dessus tout, il manque au centre-ville une animation commune coordonnant les efforts de tous ses commerçants, mais également une franche et légitime concurrence entre centre et périphérie dans le cadre d'un aménagement urbain puisqu'à la base, la création de ces espaces périphériques devait permettre à l'activité centrale d'éviter les contraintes pesant sur son activité en déchargeant notamment le centre historique du transit automobile. « *Dans l'ensemble, la puissance publique n'a jamais pris vraiment conscience de la nécessité de préserver l'égalité des chances d'accès au commerce central autant qu'au commerce périphérique qui a pu bénéficier sans contrainte de tous les améliorations de la circulation.* » (Metton, 1997, p. 51-52). Et c'est bien ce problème de préservation de l'accessibilité en véhicule motorisé parallèlement au développement des rues piétonnes garantes d'une image symbolique du centre-ville qui est au centre de cette dichotomie spatiale modifiant l'image des zones considérées et par extension le comportement individuel commercial.

3.4. Perception individuelle et comportement commercial

« *Le problème du comportement du client est complexe : il agit évidemment en fonction de ses intérêts économiques privilégiant le rapport à peu près rationnel (quoi que souvent mal compris) qualité-prix et en fonction d'une foule d'impulsions subjectives tenant à ses choix profonds, souvent à demi-conscients, renvoyant à sa personnalité et à ses projets. Par là même, il n'est plus seulement client mais aussi citoyen : agent comme un autre de l'harmonie du fonctionnement urbain et aussi citoyen caractérisé par ses choix de culture et de société. Sans doute est-ce de ce côté que se focalisent les plus grands enjeux pour le commerce de centre-ville et le fonctionnement urbain. Il faut que le citoyen ait le goût de la ville et pour ce la qu'on le lui donne.* » (Metton, 1997, p. 53). L'individu doit (ré-)aimer sa ville, et c'est par cette notion de familiarité du milieu qu'une action peut être envisagée permettant non seulement l'appropriation spatiale du territoire, mais également un renouveau commercial en centre-ville par cette symbolique du lieu. Se mélangent donc images de l'utilisateur et choix de localisations commerciales permettant la congruence de ces deux processus dans une construction spatiale objective et mentale.

Basé sur l'étude perceptive du centre-ville de Liège (Mérenne-Schoumaker, 1974), le présent paragraphe permet de mettre en évidence les composantes spatiales d'intégration d'un centre-ville en tant que centralité de par les représentations mentales des passants interrogés. La recherche auprès de la population liégeoise vise notamment à déterminer si un espace péricentral particulièrement proche du centre-ville est englobé par celui-ci et pour quels motifs. Si les principaux facteurs participant à l'intégration d'un espace comme place centrale – à savoir présence de magasins, animation-ambiance, tradition, circulation et multifonctionnalité spatiale – sont généralement considérés comme des avantages typiques des centres-villes – excepté la variable circulatoire – les mêmes variables sont prises à parti dans le groupe des détracteurs. L'étude conclue donc à travers une « [...] recherche des causes d'intégration ou de rejet de lieux situés en position limite du centre et [la] mise en évidence des avantages et des inconvénients du centre [...] » que « [...] le centre-ville est avant tout perçu comme un centre commercial. » (Mérenne-Schoumaker, 1974, p. 149-150). Et d'ajouter qu'« [en] général, de nombreuses

raisons invoquées pour rattacher ou exclure un quartier périphérique du centre urbain sont peu précises. Il en est de même des limites que peu de personne perçoivent réellement. L'image du centre-ville semble ainsi assez floue et, si la plupart des passants savent à un endroit s'ils se trouvent ou non dans le centre proprement dit, beaucoup éprouvent des difficultés à justifier leur réponse. La perception du centre-ville est donc intuitive. » (Mérenne-Schoumaker, 1974, p. 150). Ainsi, outre le fait de démontrer dans la pratique que l'image d'un lieu est variable d'un individu à l'autre, la recherche de B. Mérenne-Schoumaker démontre également l'importance des facteurs présentés précédemment de manière théorique – l'activité commerciale en tête dans les deux groupes de répondant – et que ceux-ci sont caractéristiques des centres-villes.

Dans la prolongation des travaux sur la représentation mentale de l'espace, B. Mérenne-Schoumaker s'est également intéressée aux motivations des localisations commerciales spécialisées dans l'hypercentre liégeois (Mérenne-Schoumaker, 1979). Là encore, peu de surprises dans cette étude empirique puisque les principaux motifs invoqués dans le choix du quartier par les commerçants interrogés suivent le cadrage théorique. Recherche du centre ou sa proximité, qualité de l'environnement commercial, passage-fréquentation et disponibilité des locaux, qualité de l'environnement non-commercial et enfin clientèle spécifique et présence piétonne sont graduellement les principaux motifs invoqués par les répondants. L'ensemble de ces facteurs, ayant un poids pondéré variant d'un secteur commercial à l'autre et d'un répondant à l'autre, démontrent donc d'une part que ces critères, issus d'un modèle réducteur de la réalité, sont purement subjectifs dans la pondération donnée par le commerçant interrogé mais également que les attentes spatiales sont variables d'un secteur d'activité à l'autre. La qualité de l'espace en tant que lieu commercial doit comprendre un ensemble de caractéristiques varié pour répondre aux attentes des points de vente, mais que certains de ces facteurs sont communs à tous – tel les flux de personnes et par extension la capacité en stationnement de la zone.

Les travaux de B. Mérenne-Schoumaker ont le mérite de démontrer que la perception spatiale, qu'elle soit commerçante, du consommateur ou citadine varie d'une personne à l'autre dans la pratique du cadre de vie et que le cadrage théorique détaillé plus tôt permettra l'analyse perceptive du centre-ville bullois. Malheureusement ces études ne permettent pas de déterminer quels éléments de l'environnement jouent exactement dans l'influence de la relation homme-milieu et comment les mesurer, c'est pourquoi la mise en place du chapitre suivant est nécessaire.

3.5. Etat de la recherche dans la perception commerciale

« Les choix opérés par les consommateurs dépendent, d'une part, des caractéristiques des lieux d'achats ou des commerces ou mieux de la connaissance et des images qu'en ont les consommateurs et, d'autre part, de leurs caractéristiques propres, à savoir caractéristiques individuelle, influences sociales et aussi facteurs spatiaux comme le lieu de résidence et les autres déplacements effectués. » (Mérenne-Schoumaker, 2008, p. 205). La citation de B. Mérenne-Schoumaker permet, outre le rappel vis-à-vis du lecteur résumant l'entier de la démonstration du cadre théorique, la mise en évidence de la complexité des facteurs à prendre en compte dans une analyse de type behavioriste. Ainsi, *« [la] géographie de la perception qui a pour objectif de comprendre les liens entre les significations du vécu individuel et l'objectivisation nécessaire des codes utilisés par la société chercher, à partir de notre vécu, à nous éclairer sur les raisons profondes des pratiques individuelles et collectives. Comme la structure commerciale, ses lieux d'implantation sont destinés à répondre à des normes sociales (obtenir une meilleure rémunération du capital investi), l'analyse des disparités « image voulue », « image perçue », « pratique commerciale » constitue un thème central à la géographie behaviouriste. »* (Bailly, 1984, p. 424). Dans le cas présent, la vérification de l'adéquation entre les signes émis par la société et les vendeurs par l'intermédiaire de la mise en place d'un aménagement spécifique de la rue et la réception qu'en ont les citoyens effectuant leurs choix commerciaux (Bailly, 1984, p. 424).

La première recherche prise à partie – celle d'Antoine Bailly (Bailly, 1984) – permet de présenter les principales régularités décelées dans les comportements spatiaux des consommateurs *« [...] à partir d'études de cas pour appliquer notre connaissance aux relations individus-sociétés. »* (Bailly, 1984, p. 424). Ainsi, les recherches sur l'intégration de la distance perçue dans l'évaluation des disparités distance perçue – distance réelle (géographique) débutées par Wolpert, Golledge ou encore Rushton et poursuivies par Vanderschraege donnent des résultats multiples selon les auteurs. La recherche confirme dans un premier temps le comportement

minimisateur du consommateur, le nuancent légèrement comme dans l'étude de Vanderschraege ou encore le réfutent dans le cas de Clarck et Rushton. Ces contradictions ne vont pas sans poser problème aux géographes behavioristes, mais les explications de ces nuances sont faciles ; démontrons le avec le travail de Vanderschraege. « *L'auteur montre, en première analyse, que le comportement de l'individu est essentiellement cristallin, qu'il agit donc, quel que soit le niveau de centralité, en fonction de la distance.* » (Bailly, 1984, p. 426). En deuxième lecture, les résultats apparaissent plus nuancés : le comportement individuel, plus complexe qu'une simple réponse à l'espace, est déterminé non seulement par la personnalité des individus ou des membres du ménage, mais également par ses possibilités matérielles et les contraintes environnementales ne font que pondérer le rôle de frein joué par la distance. « *En bref, ceci signifie que la rationalité du consommateur n'est pas identique pour chacun et qu'une « pondération entre la distance et les attributs caractéristiques du lieu d'achat est subordonnée au système de valeurs et de référence propre à chaque individu.* » » (Vanderschraege in Bailly, 1984, p. 426). Les conclusions démontrent une croissance du rôle des revenus sur les pratiques par suite de la mobilité limitée des classes les moins aisées tandis que les classes considérées comme supérieures privilégient les aspects qualitatifs d'attraction commerciale. De ce fait, « *[expliquer] les contradictions dans la perception revient ainsi à ajouter à l'optique unidimensionnelle de la distance réelle d'autres points de vue incorporant le mode de transport, le revenu, les catégories socio-professionnelles, les valeurs sociales et qui nuancent le rôle majeur de la friction de l'espace.* » (Bailly, 1984, p. 426).

Dans la continuité de l'étude, A. Bailly s'intéresse à la fonction d'attractivité complexe qu'est le commerce au travers des travaux de Downs sur le comportement commercial des femmes de Bristol. Cette dernière repose sur une série de huit facteurs spécifiques au domaine commercial – qualité du service, prix, heure d'ouverture, société et qualité, structure et aspect, circulation piétonne interne, aspect visuel et conditions de circulations – testés par l'intermédiaire d'une grille sémantique sur un échantillon de 202 personnes. Les résultats sont plus qu'intéressants puisqu'ils confirment le rôle de la qualité du service au détriment du nombre – l'analyse factorielle pratiquée par Downs démontre que le facteur incluant la plus grande variance est celui de la qualité à 21,9 %, l'axe incluant la quantité de magasin et de produit n'arrivant qu'en deuxième position avec 7,5 % de variance – contredisant de fait la théorie des lieux centraux ; la compétition est loin d'être parfaite et transparente. « *L'image est complexe par suite des nombreuses variables intervenant dans le processus décisionnel. Il nous faut alors comprendre quels sont les groupes qui privilégient ces facteurs. L'analyse des signes de la ville perçus par ces groupes va nous apprendre autant sur le vécu individuel et collectif que sur les structures fréquentées.* » (Bailly, 1984, p. 428). C'est ainsi que cinq auteurs de la géographie behavioriste – Mérenne-Schoumaker, Ferras, Piolle, Bailly et Woessner – approfondissent les rapports images perçues – groupes sociaux dans quatre villes, Liège, Montpellier, Pau et Mulhouse dont nous pouvons dresser les principaux constats :

« - le centre urbain est perçu comme le lieu idéal de consommation de signes, le lieu de projection des pratiques de la société de consommations ;

- les structures spatiales de fréquentation sont contrastées suivant les revenus et l'âge et d'autres variables comme le sexe, la durée de résidence. » (Bailly, 1984, p. 428).

La perception du centre-ville passe par un lieu-repère ressenti en termes de convergences déterminant ainsi le rôle de la nodalité et des trames circulatoires, piétonnières ou dédiées à l'automobile, mais également, par analogie mentale avec les structures commerciales périphériques, le centre se réduit en partie à la consommation de type fonctionnaliste où la valeur d'usage devient privilégiée par les activités d'animations commerciales et de la permissivité des circulations en véhicule individuel. Dans ces villes, la stabilité de l'image commerciale du centre est avant tout issue de la permanence des expériences individuelles passées et les repères commerciaux marquent logiquement l'imaginaire social des répondants (Bailly, 1984, p. 428).

L'étude permet également de démontrer une différenciation de l'image du centre en fonction des classes socio-économiques puisque à Liège comme à Mulhouse, ce n'est pas un seul centre qui est considéré, mais deux centralités fréquentées par des populations différentes ; la friction de la distance devient une véritable barrière sociale que les personnes les plus aisées – et possédant généralement plusieurs véhicules individuels – peuvent plus facilement résorber. « *D'autres variables sont encore susceptibles d'intervenir mais elles ne modifient que de manière mineure les fréquentations des centres commerciaux. Parmi ces variables, le sexe, la durée de résidence, l'âge, les valeurs culturelles et linguistiques.* » (Bailly, 1984, p. 429). L'ensemble des regroupements permet d'affirmer qu'il n'y a plus un discours sur la ville, mais une multitude émanant des citoyens la fréquentant, et parmi

eux, surtout les plus favorisés qui disposent des moyens pour mettre en place l'ensemble de leurs pratiques. « *Le paysage commercial peut alors être conçu essentiellement comme un code de signes adapté à certains membres de la société. L'espace est alors chargé de valeurs privilégiées par la société productiviste, mais qui ne répondent pas aux valeurs profondes de tous les individus. La géographie behavioriste renvoie ainsi aux groupes qui se partagent l'espace et aux moyens mis en œuvre pour assurer ce partage.* » (Bailly, 1984, p. 429).

La seconde étude, également le fruit d'Antoine Bailly (Bailly, 1980), porte sur l'ensemble du paysage urbain Belfortain ; la multifonctionnalité du centre-ville corrélée au développement rapide de la ville de Bulle dans le cadre de ce travail nécessite en effet la prise en compte d'une perception englobant les changements urbains globaux touchant le cœur symbolique de la ville. Le détail des résultats ne sera pas communiqué puisque aux vues des situations différentes des deux villes, une comparaison n'est pas envisageable, mais quelques conseils généraux en matière urbanistique sont mis en avant par son auteur. Ainsi, dans cette recherche sur la perception de Belfort, l'approche behavioriste a permis la collecte de précieuses informations sur le cadre de vie de la ville déterminant une meilleure compréhension de certaines dimensions cachées, liées à l'environnement, si importantes au bien-être du citoyen. Le rôle de la topographie – orientation spatiale de l'individu – mais également du site, de sa forme, de la place de l'histoire et la symbolique du lieu participent à la formation de l'image de la cité. Couplés aux nœuds, déplacements, axes structurants, l'espace belfortain est ainsi découpé en propriétés géométriques – apparentées aux relations d'axes, de repères, de coordonnées et de volumes – topologiques – relations qualitatives de proximité – projectives – perspectives de transformation, d'évolution historique – et enfin en propriétés symboliques englobant mythes, milieu de vie et magnétisme du centre (Bailly, 1980, p. 381-382). « *[L'espace devient] donc à la fois organique (orientation), perceptif (mémoire) et symbolique (abstrait).* » (Cassinier in Bailly, 1980, p. 382) ; ces dimensions devant être englobées dans les plans d'aménagement – en particulier le « magnétisme » du centre-ville, des axes structurant tout comme le champ général des goûts – permettent de prévoir la distribution des infrastructures, des commerces et autres services par la connaissance de l'espace vécu individuel. D'autres constantes peuvent être dégagées sur ce « magnétisme » du cœur de la cité puisque « *[...] sans avoir un rôle unique et déterminant, le centre de Belfort, par ses traits physiques et fonctionnels, est à la base d'une perception très homogène de la ville. Les attributs du centre le rendent attrayant, malgré le peu de variété des services culturels, et l'environnement géographique joue un rôle plus important que l'environnement social.* » (Bailly, 1980, p. 383). Cette dernière remarque comporte également une mise en garde face à l'homogénéité perceptive qui peut autant être l'influence d'une symbolique précise du lieu de par l'historicité que des mass-médias produisant des images stéréotypées ; l'homme ne pouvant avoir une appréhension globale du milieu par l'unique utilisation de ses sens dans une situation trop complexe, demande une complémentarité du médium ou d'un effet de masse pour combler ses lacunes perceptives et créatives (Bailly, 1980, p. 384).

La dernière étude proposée est plus le fruit de la mise en place d'une méthodologie efficiente autour de la perception que d'un réel questionnement sur celle-ci. L'auteur, Raymond Woessner (R. Woessner, 1979), à travers son travail cherche à déterminer si d'une part, l'existence de constantes selon les groupes sociaux dans l'image de Mulhouse peut être trouvée, et d'autre part, si leur appréhension par analyse factorielle est possible, que ce soit l'analyse en composantes principales ou l'analyse des correspondances multiples. Là encore, les caractères retenus concernent la profession, l'âge, le sexe, la durée de résidence, le diplôme obtenu et l'appartenance à un groupe linguistique tandis que les questions sur l'image concernent le cadre bâti, l'attrait exercé par le centre et l'ambiance qui y règne (Woessner, 1979, p. 1041). Avant de résumer les résultats obtenus, il convient de mettre en avant les différences apportées par les deux méthodes : « *L'analyse en composantes principales supporte beaucoup plus aisément l'hétérogénéité des variables. L'analyse des correspondances oblige donc à faire intervenir des variables de même nature dans le sens mathématique du terme c'est-à-dire que les profils de chaque observation pour l'ensemble des variables soient les plus homogènes possibles.* » Et d'ajouter que « *[cette] distinction masque en réalité la différence fondamentale entre les deux approches, l'analyse en composantes principales étant basée surtout sur l'intensité des relations entre variables tandis que pour l'analyse des correspondances, c'est la fréquence d'apparition du phénomène qui importe.* » (Lemay in Woessner, 1979, p. 1042). Les affirmations précédentes s'avèrent vérifier dans cette étude puisque les résultats donnés par l'analyse des correspondances s'illustre par sa sensibilité à l'effet de taille.

Concernant les taux d'inertie des deux analyses factorielles, ceux-ci surprennent par leur faiblesse – les taux des axes 1 des deux méthodes dépassant à peine le dix pourcent. Cette faiblesse trouve son explication dans le fait que « *[les] différents axes mettent en valeur des groupes sociaux particuliers sur chaque pôle ; or, chaque*

caractère en recouvre d'autres : un retraité est à la fois homme ou femme, ancien cadre ou ouvrier, résidant dans l'une des cinq zones de la ville, etc. Une constante dans l'image, mise en valeur sur un pôle pour un groupe, est implicitement significative pour une série d'autres groupes. La faiblesse des taux d'inertie en est la conséquence : aucune variable n'est pure. » (Woessner, 1979, p. 1043). Ajouté que si dans les analyses macrogéographiques fondées sur des données agrégées permettant l'établissement d'un modèle catégoriel, les analyses behavioristes déterminées par l'attitude des individus non-homogène dégrade ces regroupements préétablis ; une multiplicité de comportement se dégage dans ce type d'analyse (Woessner, 1979, p. 1043).

Enfin, concernant les résultats des deux méthodes à proprement parler, l'association des approches permet de dégager leur complémentarité. Si l'analyse par correspondance permet de mettre en avant des significations concernant des groupes d'individus plus restreints que les composantes principales, ces dernières ont l'avantage d'opposer plus clairement certains groupes sur l'ensemble des axes. On peut donc affirmer qu'« [...] il apparaît difficile de privilégier l'une ou l'autre méthode de traitement. Elles se complètent davantage qu'elles ne s'opposent dans le cadre de cette démarche behavioriste. » (Woessner, 1979, p. 1044).

3.6. Synthèse théorique et perspectives méthodologiques

La synthèse des recherches behavioristes présentées précédemment permet – outre la confirmation de l'incidence perceptive sur le comportement individuel – la mise en avant de constantes dans ce domaine de recherche que ce soit au niveau des résultats obtenus, bien qu'à nuancer selon la localisation et l'échelle du domaine d'étude, soit dans la construction de méthodes propres à capter cette diversité des attitudes.

La majorité des études mettent l'accent sur les variables sociales de l'individu déterminant son vécu ainsi que sur les facteurs temps de résidence et lieu d'habitation permettant d'appréhender sa connaissance de la cité mais également son degré de familiarité à celle-ci. Si les études behavioristes démontrent clairement l'influence du milieu bâti sur la perception et par extension l'attitude du citoyen, ces processus causaux ne sont pourtant pas généralisables tant la multitude de variables complexes entrant dans la mécanique perceptive sont propres à chaque espace et population ; chaque lieu est chargé d'une symbolique multiple influençant ou non l'individu. Dans le cas du comportement commercial, les variables entrant dans le processus décisionnel, bien que naturellement ne pouvant être corrélés et appliqués pour chaque cas, sont relativement exhaustives ; seul un nombre de facteurs restreints mis en avant par Downs (Downs *in* Bailly, 1984) peuvent expliquer les préférences du consommateur. La difficulté principale dans le cadre de cette étude, tient au fait que l'environnement commercial du centre-ville bullois est à corrélérer avec la perception générale de cet espace symbolique représentant à lui seul – que ce soit en tant que modèle ou dualité par rapport à un autre espace – l'ensemble de la cité bulloise. Une étude déterminant non seulement la perception du cadre de vie de Bulle mais également basée sur le comportement commercial et la classification des facteurs sous-jacents à ce comportement permettra de saisir l'ensemble des facteurs conditionnant le comportement individuel et les choix commerciaux.

La méthode d'enquête devant rendre compte de la réalité subjective individuelle, celle-ci passe logiquement par l'élaboration d'un questionnaire à l'intention de la population dans la majorité des études présentées plus haut. La relative difficulté dans sa mise en place vient du fait qu'elle doit d'une part, s'adapter au matériau de base – c'est-à-dire l'homme – sans réduire ses possibilités de réponse aux vues de la complexité du processus perceptif et d'autre part, et cela dans un deuxième temps, être relativement succinct pour permettre d'intégrer le plus de répondant possible dans l'étude. C'est ainsi que la méthode de la grille répertoire corrélée à d'autres questions ouvertes a largement été préférée lors des travaux pionniers.

A la lecture de l'ensemble de l'exposé qui vient d'être réalisé, on comprend dès lors mieux le rôle de la géographie behavioriste dans le domaine urbain et l'apport qu'elle peut donner à la discipline dans ses choix d'aménagement. Une juste mesure entre désirs profonds des individus et théorie de l'urbanisme durable permet non seulement à l'urbanisme de s'imposer auprès de la population et entrevoir une certaine légitimité, mais également d'éviter certaines errances des concepteurs lors de l'analyse de terrain.

CHAPITRE 4

DISPOSITIF DE L'ENQUETE

4.1. Le cadre conceptuel d'une analyse behavioriste : la complémentarité d'une analyse micro-spatiale aux modèles d'organisations

« Les géographes behavioristes, comme les psychologues et les sociologues, mènent, nous l'avons constaté, leur recherche au niveau des individus. » (Bailly, 1980, p. 515). Ainsi, espèrent-ils pouvoir expliquer les liens entre perception du milieu, attitude et comportement des citoyens, mais les résultats obtenus rendant compte de la multitude des perceptions ne permettent pas l'établissement d'un modèle ou de règles quant à l'influence du milieu sur l'homme ; « [les] attitudes à l'égard de l'environnement reflètent trop de variations liées à l'utilisation des mots, au tempérament, à la personnalité et indirectement au rôle des glandes endocrines, pour permettre de délicates généralisations » (Bailly, 1980, p. 516). C'est pourquoi, comme le souligne Antoine Bailly, la complémentarité des analyses des organisations – permettant d'illustrer les régularités dans le comportement – à celles behavioristes effacerait cette carence.

Il faut donc, pour comprendre ces perceptions individuelles, considérer l'homme en tant que membre d'organisation et non en tant qu'entité seule, ce qui nous permet, au lieu d'analyser séparément systèmes perceptifs individuels avec leurs caractères propres, d'agréger ces données en fonction des organisations auxquelles les citoyens appartiennent, mais également de revoir les positions des modèles urbains en incluant cette variable perceptive ; le cadre conceptuel de notre analyse sera donc composée de (Bailly, 1980, p. 267 et 516) :

1. Une analyse behavioriste dans laquelle on étudie l'individu pour saisir sa perception, son attitude et par agrégation des données en fonction des organisations auxquelles il appartient, expliquer son comportement. On utilisera donc surtout l'enquête directe par questionnaire auprès de la population ainsi qu'une méthode d'analyse rendant compte des corrélations entre les variables prépondérantes.
2. Une analyse spatiale sur l'ensemble des dynamiques urbaines pour expliquer ces mécanismes et les comportements des groupes d'individus en lien avec les modèles commerciaux déterminés plus tôt, mais aussi en fonction des archétypes urbains préétablis tenant compte de cette variable perceptive. La position de la ville de Bulle dans la hiérarchie urbaine sera également rendue possible par l'analyse d'études déjà réalisées.

L'approche micro-géographique permet au travers des micro-unités saisissant cette variété de perception la mise en avant des « dimensions cachées » et des règles susceptibles de devenir des postulats de la structure spatiale. La définition des espaces actions des individus – considérés comme l'ensemble des localisations connues d'une personne et ses préférences subjectives qu'elle associe à ces localisations – couplée à l'étude de la manière dont les citoyens perçoivent leur environnement permettra le test des hypothèses développées à la suite de ce chapitre tandis que la construction d'un « modèle » behavioriste de ce même espace action par agrégation des données perceptives individuelles déterminera la manière dont l'espace étudié est perçu par la population bulloise. Enfin, la recherche des constantes comportementales – matérialisation des images mentales – par rapport à la transformation du milieu déterminera la relation homme – environnement (Bailly, 1980, p. 270).

Par opposition à l'approche micro-géographique voulant saisir les perceptions individuelles se situant au niveau de l'attitude des personnes – comprenez le terme comme une volonté d'action contrairement au comportement reflétant l'action elle-même – la macro-géographie traduit justement ce comportement au niveau des groupes ; son intérêt principal reposera donc sur les possibilités d'identification des attitudes à l'égard de la ville au travers du comportement des organisations par la mise en avant de repères communs. La compréhension des liens entre images mentales et structure spatiale ne se fera qu'en dernier lieu. De plus, « [une] réflexion théorique sur les modèles de la ville doit permettre de voir si les résultats des écologies factorielles traduisent seulement des comportements ou s'ils sont le résultat d'attitudes ou de perceptions communes. » (Bailly, 1980, p. 518-519). Sans à nouveau entrer dans le détail de l'élaboration de ces modèles urbains – figurant déjà dans les chapitres précédents – nous allons nous contenter de démontrer comment la composante perceptive fait partie intégrante de ces théories puisque « [ces] explications de la structure urbaine, [...], laissent suggérer les liens entre localisation spatiale et typologies socio-économiques ; le comportement dépendrait des attitudes et des perceptions (ou des imperfections de la perception) des groupes familiaux, sociaux et ethniques. » (Bailly, 1980, p. 521).

Ainsi le modèle concentrique, dépendant des dimensions familiales – au cours de sa vie l'homme passe par plusieurs classes d'âge influençant la nature de ladite dimension, célibataire, marié ou encore responsable d'une famille – affecte la répartition spatiale des ménages. Le besoin d'espace augmentant à mesure que la famille grandit, la dualité entre la surface à disposition et la perception de la distance au centre détermine la localisation spatiale de ces ménages. « *Cette théorie repose sur l'idée que l'espace urbain est ordonné à partir du centre-ville par l'allocation optimale des ressources de chaque groupe. Les forces centripètes et centrifuges modèlent la ville, expliquant ainsi les invasions et successions.* » (Bailly, 1980, p. 522). Bien que selon Antoine Bailly, l'attitude individuelle liée à la distance représente l'influence majeure du comportement humain, le marché foncier ainsi que la situation familiale déterminent en partie cette dynamique concentrique : « *La distance est donc perçue par rapport au « Je ». L'ensemble des attitudes liées à la famille et à l'âge entrainerait ainsi, par l'intermédiaire des comportements, des effets structurels concentriques marqués* » (Bailly, 1980, p. 524).

Le modèle sectoriel de Hoyt n'échappe également pas à cette règle. Les aménités urbaines n'étant pas égales sur l'ensemble de la ville – parc, proximité des commerces... – une lutte de marché s'installe déterminant la dispersion des ménages au sein de la cité. Les classes sociales dominantes bénéficient donc des meilleurs emplacements au détriment des autres ; le quartier symbolisant la réussite ou l'échec social. Outre l'influence des dominantes entre classes socio-professionnelles, ces choix correspondraient à la perception de chaque groupe social des différents secteurs de la ville « *Les images externes et internes ne coïncident pas et on pourrait presque parler de déterminisme spatial lié à la perception. On ne perçoit comme désirables que des secteurs connus, et, parmi eux, on filtre ceux qui correspondent aux possibilités économiques. En dehors de ces zones l'homme se sent étranger ; l'organisation urbaine dépend de l'apprentissage perceptif.* » (Bailly, 1980, p. 525). Les disparités sectorielles résulteraient donc de l'image et de la symbolique des différents quartiers de la ville ; « *[ainsi], sous une apparence économique, le modèle de Hoyt pourrait-il correspondre au choix des secteurs les plus désirables en fonction de la structure connue et des dominations symboliques de la ville.* » (Bailly, 1980, p. 525).

Enfin, le facteur ethnique et par extension l'influence perceptive liée à la culture joue aussi un rôle dans la répartition spatiale des noyaux multiples. Surimposée à la structure cellulaire créée par les secteurs et les anneaux concentriques, cette répartition « ethnique » souvent corrélée aux processus ségrégationnels – volontaires ou subis – est définie notamment par la notion de territorialité. Cette dernière évoquant l'idée de regroupement humain sous un même système de valeurs, influence les répartitions humaines par le fait que les individus cherchent à minimiser les conflits avec d'autres groupes tout maximisant les possibilités d'interactions sociales avec autrui ; la distance sociale devient de ce fait prépondérante dans l'explication du modèle de Ullmann et Burgess (Bailly, 1980, 525-526).

En conclusion, nous pouvons donc dégager que « *[l'] écologie factorielle permet, au-delà des descriptions physiologiques, de poser des hypothèses sur les structures à la base des régularités dans les distributions spatiales urbaines. Cependant, si les chercheurs ont insisté sur l'interdépendance des théories classiques de l'organisation urbaine et la compréhension de certains mécanismes de fonctionnement du système urbain, peu ont tenté de remonter par ce biais aux images spatiales. Les théories proposées restent naïvement explicatives car on oublie que les schémas spatiaux, avant l'acte décisionnel, reposent sur la perception de l'environnement.* » (Bailly, 1980, p. 527).

Les rapports socio-économiques liés au capitalisme d'organisation ont induit dans la recherche un faux déterminisme politique au détriment de celui perceptif et la seule solution permettant d'y remédier, comme mentionné précédemment, est cette complémentarité entre approche micro-géographique dégageant les attributs liés à la spécificité de lieux précis et approche macro-géographique saisissant les attributs rendant compte de la position spatiale relative du lieu. « *En effet, les perceptions et attitudes responsables des modèles de l'organisation de l'espace peuvent être [...] liées à la friction de l'espace, aux structures urbaines connues dans l'ensemble urbain, aux externalités. La perception de la ville est un acte de catégorisation destiné à sélectionner, à positionner et à organiser les flux de l'expérience de l'environnement. Le comportement spatial résulte de l'interaction entre les catégories de perception ponctuelles et relatives.* » (Bailly, 1980, p. 529).

4.2. Biais et inférence géographiques

« *Le géographe, en choisissant son échelle d'analyse, sélectionne certaines catégories de faits, certaines structures inscrites sur un espace.* » (Bailly, 1980, p. 608). De ce constat, les modèles issus des écologies factorielles, par une ordonnance des espaces en complexes différents selon les aires retenues, se heurtent au difficile problème de l'inférence géographique lors du passage à l'analyse perceptive. Afin d'illustrer cette situation, il suffit de confronter le modèle concentrique classique à celui élaboré par l'agrégation des représentations individuelles lors d'une étude perceptive de la distance au centre – comme l'a réalisé A. Bailly dans son étude sur Besançon – pour comprendre que ce dernier ne fournira pas les mêmes aires de répartitions permettant de superposer les deux types de résultats (Bailly, 1980, p. 608-608). L'écologie factorielle ne peut donc mettre en avant ses résultats que par simplification du comportement individuel permettant l'application du modèle à l'ensemble du système urbain, mais cela ne veut pas pour autant dire que parce qu'il existe une corrélation entre un groupe et une autre variable – prenons l'exemple de l'accession à la propriété – que chaque individu du groupe sera forcément propriétaire ; le problème sous-jacent lors des études sur les groupements est qu'à partir d'un modèle descriptif déterministe, on tire uniquement des probabilités d'actions (Bailly, 1980, p. 609).

L'analyse behavioriste, malgré ses avantages dans la prise en compte des représentations individuelles n'échappe également pas à de nombreux biais. On l'a vu, « *[certains] espaces sont idéalisés (loisirs, centre tertiaire, ville historique), d'autres vécus (secteur de résidence, lieu de travail), d'autres enfin connus lors des déplacements (axes structurants, repères). Chaque personne possède son image de la ville et la quantification est délicate car l'appartenance des individus à des groupes ou à des organisations n'est pas rigide. L'espace vécu ne se décrit pas seulement avec les critères quantifiables, il reflète trop la subjectivité de chacun. La multiplicité des variables indépendantes rend l'agrégation difficile.* » (Bailly, 1980, p. 611).

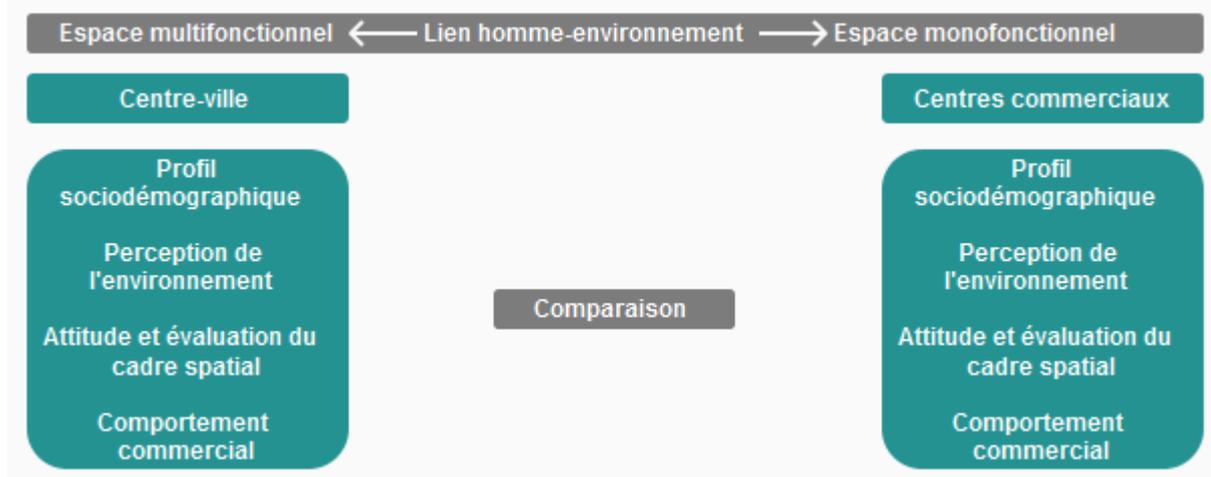
Pour pallier aux biais des deux types d'approche, il faudrait donc incorporer ces variables perceptives introduisant une dimension psychologique dans l'analyse macro-géographique assurant une régularité des résultats et facilitant l'interprétation des analyses du comportement et entreprendre la recherche de ce que l'on pourrait qualifier de déterminisme spatial « *[...] lié à la perception et aux attitudes, résultat des images et des symboles sectoriels de la ville* » (Bailly, 1980, p. 613). Ce présent travail devra donc également prendre en compte un ensemble de variables liées à la perception – on pense notamment à l'ambiance, aux goûts et à l'importance de certains secteurs pour l'individu – à l'échelle de la ville considérée dans ce cas comme macro-géographique.

De plus, bien que la complémentarité des deux méthodes apporte une certaine stabilité aux résultats et aux modèles obtenus, celle-ci ne saurait résoudre l'ensemble des biais contenus dans les deux approches par leur seule accumulation ; outre le fait que chaque fois que nous travaillons sur la perception, le modèle retenu ne sera applicable qu'à la zone considérée ainsi qu'à l'échantillon sélectionné et que toute généralisation deviendra hasardeuse, la mise en place d'une troisième approche charnière pour palier à la relative difficulté du passage de l'analyse des organisations à celle traitant de la micro-unité est indispensable.

4.3. Approche de l'étude

Aux vues de la complexité des variables à analyser, mais également des méthodes à utiliser, ce chapitre aura vocation à rappeler brièvement au lecteur l'ensemble des composantes ainsi que la visée de l'étude avant de dégager les choix généraux opérés par l'auteur et également les données à récolter. La recherche s'appuiera donc logiquement sur les éléments théoriques susmentionnés – à savoir l'influence de la perception sur le lien homme – environnement par la transformation de l'espace centre-ville corrélée au comportement commercial – par complémentarité méthodologique d'une analyse portant sur l'ensemble des dynamiques du district de la Gruyère et la ville de Bulle permettant de saisir les attitudes et comportements individuels et de groupes ainsi qu'une étude micro-spatiale au niveau des différents lieux d'achats de la cité bulloise définissant le comportement commercial des usagers. De cette complexité, nous aurons recours à plusieurs méthodes d'enquête suivant l'échelle retenue permettant le passage du macro au micro qui vous seront défini dans les chapitres suivants.

Figure 4.1. : Approche de l'étude



Julien Glasson, 2013

L'étude concernant les habitudes d'achats fonctions des perceptions individuelles, les choix des zones envisagées sont bien entendu liés aux fonctions commerciales des espaces bullois ainsi qu'à leur fréquentation. Si les quartiers résidentiels pauvres en commerces de proximité ont été délaissés au profit des lieux de concentration de marchés, c'est que ces derniers permettent de mieux cerner la diversité des comportements commerciaux par l'influence et la multitude d'usagers différenciés sur le site. De plus le centre-ville, de par sa multifonctionnalité et son symbolisme, permet à la zone un dépassement du pur attrait commercial dans l'espace de projection subjectif rendant la perception de l'environnement plus complexe et globale déterminant les liens cachés entre homme et environnement construit, tandis que l'aménagement des centres commerciaux, devant répondre à la simple fonction marchande, mettra en avant une pondération des différentes variables qui définissent ces comportements commerciaux – on pense notamment à la qualité du service mais également des produits et leur offre. L'approche comparative de l'étude permet, par la diversité des attitudes observées, de rendre compte de l'importance du centre-ville bullois tout en testant l'acceptabilité du réaménagement en zone 30.

Bien entendu, des données qui permettraient de couvrir le cadre conceptuel de l'étude n'existent pas ou qu'en partie, c'est pourquoi une propre récolte s'est imposée lorsque nous avons voulu saisir ces perceptions individuelles. Demandant un grand investissement en ressources, elle a permis l'établissement d'une base de données spécifique sur les perceptions et comportements des usagers au sein des deux espaces concernées.

4.4. Qualification de la zone d'étude

4.4.1. Un choix spatial fonction de l'emphase démographique

L'étude mettra l'accent sur la ville de Bulle suite à sa fusion avec La Tour-de-Trême et en particulier la perception de son centre-ville par les citoyens. Caractérisée par une croissance démographique très importante notamment ces dernières années (tab. 4.1), la ville de Bulle se veut comme « [...] une ville à la campagne. La cité concentre l'offre en services et prestations d'une grande ville dans un espace à taille humaine et à proximité d'un environnement préservé. La nouvelle Bulle est un pôle économique [...] extrêmement bien centré entre Berne et l'Arc lémanique. » (présentation de la ville de Bulle, bulle.ch). La présentation de la ville de Bulle par les services en charge de sa promotion va permettre, dans l'exposé qui va suivre de comprendre, d'une part l'image que la ville veut renvoyer et d'autre part, de la prendre comme modèle de base pour expliquer les raisons du comportement individualiste que l'on retrouve aujourd'hui dans les cités qui sont à corréliser avec l'évolution démographique que connaît la cité bulloise.

Si les nouvelles accessibilités vers la cité bulloise – à l'exemple de l'arrivée de l'autoroute en 1981 ou encore de la route de contournement H189 en 2009 couplée à l'installation du RER Bulle-Fribourg – ont permis un dimensionnement plus accru de l'agglomération par le désenclavement que représentait le verrou gruérien, celui-

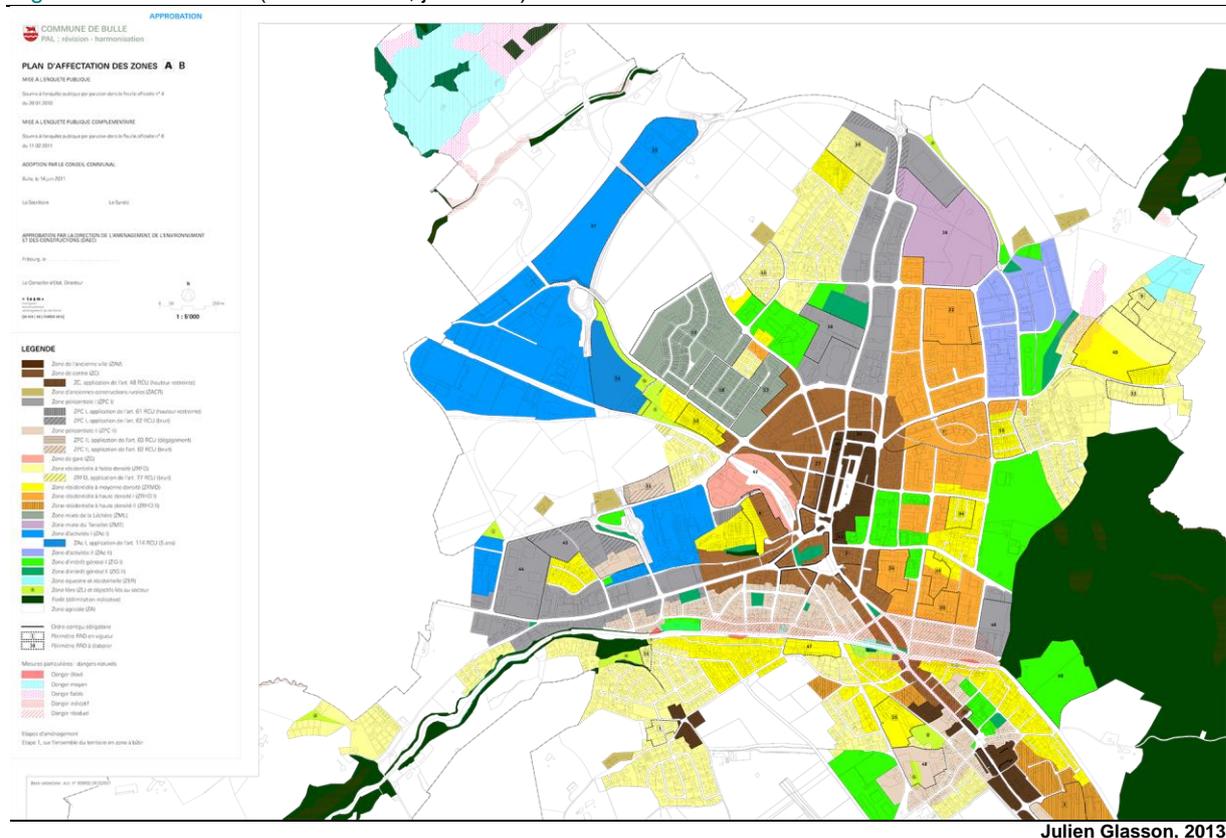
ci s'est réalisé en partie au profit d'une perte de relations interpersonnelles dans la commune. La ville qui a encore le visage d'une petite bourgade dans les années 1970 (présentation de la ville de Bulle, bulle.ch) ressemble aujourd'hui plus à une cité de hiérarchie seconde subordonnée à Fribourg, Lausanne et Berne. L'influence de cet accroissement exponentiel sur le comportement de la population n'est pas anodine : le nombre d'interactions possibles augmentant en fonction de la taille de la population, les différenciations interactionnelles s'accroissent également et les liens de dépendance passent de quelques individus à un grand nombre. Ces nouvelles relations, deviennent, par ces multiples contacts, plus impersonnelles, superficielles et transitoires imprégnant la société humaine d'un accroissement de la liberté sociale et spatiale par rapport aux groupes fermés : comme déjà mentionné, on n'appartient plus à un seul groupe mais à plusieurs (Bailly, 1980, p. 290).

Tableau 4.1 : Chiffres clés de l'évolution démographique de Bulle (*en personne*) (bulle.ch)

| Années / Villes | Bulle | La Tour-de-Trême | Total |
|-----------------|--------|------------------|--------|
| 1983 | 8'037 | 2'249 | 10'286 |
| 2002 | 12'010 | 3'375 | 15'387 |
| 2012 | 16'359 | 4'185 | 20'544 |

Ce phénomène d'ouverture engendre également une augmentation des densités au sein de l'agglomération tout en permettant l'apparition d'une tendance à la différenciation et la spécialisation non seulement dans le domaine du travail mais aussi des lieux urbains ; certains espaces deviennent résidentiels, commerciaux... forçant le citoyen à parcourir des espaces plus nombreux et moins connectés (Bailly, 1980, p. 290). Bien que l'urbanisme durable désire réduire cette ségrégation fonctionnelle par une multiplication des usages sur une même aire, la cité gruérienne, de par son amorce urbaine tardive reste encore une ville relativement sectorisée (fig. 4.2) : le centre-ville historique, réel et seul centre multifonctionnel, est cloisonné par une couronne d'aires dédiées aux activités puis à l'habitat suivant le modèle concentrique classique tandis que les centres commerciaux se sont logiquement développées aux deux entrées – Nord et Sud – de la cité à proximité de l'autoroute et offrent donc aux citoyens la récompense recherchée par toute société occidentale : le gain de temps au détriment de la qualité spatiale de l'aménagement.

Figure 4.2. : PAL Bulle (www.bulle.ch, juin 2013)



Enfin, par suite d'hétérogénéité spatiale, l'histoire ou la culture commune de la ville tend à disparaître. L'emphase spatiale est placée « [...] sur les signes neutres de reconnaissance visuelle et symbolique [...] » (Bailly, 1980, p. 291) réduisant les contrôles du groupe social naquit d'un partage fort de certaines valeurs communes remplacées par un contrôle formel de la société ; la disparition des valeurs culturelles autorise la fonction économique et le revenu à devenir ces fondements sociétaux (Bailly, 1980, p. 291). La perception de la société et par extension celle de la cité en sont fortement modifiées et la ville de Bulle en a pris conscience : « [ainsi], d'une ville où tout le monde se connaît, Bulle apprend à connaître des relations plus globalisées et moins intimes entre ses habitants. Les relations citoyennes évoluent, car elles doivent désormais intégrer les dimensions de la mixité et de la multiculturalité. La hausse importante de la population migrante suisse et étrangère ces dernières années est très certainement un facteur important, qui a modifié la perception qu'ont les habitants de leur propre ville. Cette croissance démographique, diversifiée, constante, mais qui a tendance à s'accélérer ces dernières années, est également un indicateur, qui marque la forte attractivité de la cité. » (présentation de Bulle, bulle.ch).

L'attrait de la zone d'étude réside donc dans la dualité entre un centre resté symbole de la culture commune et partage des valeurs citadines et une ville en mouvement dont les dynamiques et la croissance ne cesse de s'accélérer. Dans un tel contexte, le comportement commercial peut être un fractal de la perception générale de la cité et des réaménagements à opérer : entre habitudes sociales et économies de marchés et de temps, l'attitude citadine permettra de comprendre comment la population bulloise vit ses changements et quelles structures urbaines doivent encore évoluer. La réaffectation de la zone du centre-ville ainsi que le désaccord politico-économique qui s'en suivit ne sont qu'une partie du malaise qui s'amorce ; l'image de la ville est bien plus que la confrontation comportementale d'une dichotomie de marché et la transformation d'un espace en zone 30, mais celle-ci permettra néanmoins la mise en avant de la structure sociétale et envisager la possibilité de réaliser un urbanisme durable au sein de l'agglomération bulloise.

Après l'évaluation de ces tendances générales à confirmer par l'analyse, nous nous intéressons dès à présent aux dynamiques spatiales fruits de ce nouveau mode de vie. La construction des deux pôles commerciaux couplée à l'arrivée de la H189 devaient permettre une captation du trafic de transit du centre-ville en augmentant la rugosité spatiale – les personnes désireuses de faire leurs achats devaient plutôt s'arrêter aux entrées de la ville ou la contourner et de ce fait réduire la charge automobile au centre. Mais l'attrait dudit centre, que ce soit commercial ou social, est resté prépondérant tandis que l'évolution démographique croissante s'accroissait ; on assiste donc encore à un engorgement de la ville de Bulle par l'affluence de véhicules motorisés. De par sa position géographique et les services qu'elle propose, la cité attire non seulement les populations des villages alentours, mais également des villes de première importance – on pense à Fribourg, Lausanne et Berne – en leur proposant une alternative plus « campagnarde » en termes d'établissement.

Autant d'éléments qui permettent à une ville bien portante en termes de croissance de connaître passablement de problèmes au niveau de la gestion de sa circulation couplé à un maintien d'espaces favorisant les pratiques sociales et de l'établissement des zones à bâtir confronté à un cadre plutôt rural. De plus, le développement de transports publics intra-urbains, mis en place en décembre 2009 (mobul.ch), ne permet qu'une captation restreinte d'utilisateurs de par sa faible cadence (30 minutes) et représente une contrainte volontaire pour les automobilistes puisque ses arrêts, maximisés afin de bloquer en partie la route, sont pensés pour freiner le trafic de transit. C'est donc à des transformations urbaines lourdes qu'a assisté la population tout en gardant une réserve sur la réelle efficacité de certaines.

Enfin, vous trouverez en annexe 3 quelques photographies de la ville de Bulle illustrant mes propos et fournissant également une certaine impression de l'environnement construit.

4.4.2. Les zones d'étude

4.4.2.1. Description des zones d'étude et éléments structurants du paysage urbain

Située aux pieds des Préalpes dans un environnement relativement préservé et agricole, la ville de Bulle peut être considérée comme une passerelle entre dynamisme et traditions. Son centre-ville constitue non seulement, comme son nom l'indique, une localisation centrale dans la cité, mais est également le centre historique de cette dernière. Il comprend notamment la Grand-Rue – avenue principale et ancienne artère de transit – et la place du Marché face au château bullois, lieu hautement historique et symbolique pour les citadins.

Ravagée par les flammes lors de l'incendie du 2 avril 1805 (Buchs, 2005, p. 11), la ville – centre urbain d'aujourd'hui – fût « [réduite] en cendres certes, mais pas au point de n'être qu'un terrain vague, [elle] était un champ de ruines, avec les maçonneries noircies encore dressées dans l'enchevêtrement des poutres calcinées. » (Buchs, 2005, p. 135). Les normes de reconstructions, influencées par un plan d'aménagement visant à « régulariser » la ville, à favoriser la circulation et à se prémunir de toute nouvelle catastrophe, donneront au centre-ville sa morphologie d'aujourd'hui : des tracés de circulations perpendiculaires et parallèles bordés par un cadre bâti de maximum R+2 formant des ensembles compacts d'environ 10 m. de hauteur et caractérisés par une architecture contemporaine du XIX^{ème} siècle. Durant la deuxième partie du XIX^{ème} siècle, qui est aussi la période de fin de reconstruction de la ville, cette dernière, de par la proximité des forêts environnantes et l'évolution démographique importante, devient le pôle économique régional ; travaillant surtout le bois, la ville ne trouve pas le rayonnement d'une cité d'importance économique avant 1981 et l'arrivée de l'autoroute A12 – pour des raisons politiques en 1860, les autorités compétentes décidèrent que la ligne de chemin de fer reliant la Romandie à la Suisse alémanique ne passerait pas par Bulle.

Figure 4.3. : Situation géographique du centre-ville de Bulle (map.geoadmin.ch)



Julien Glasson, 2013

Le cadre bâti traditionnel du XIX^{ème} siècle fut largement préservé jusqu'à aujourd'hui et la dominance de maisons contigües de deux étages plus rez-de-chaussée commercial forme des unités régulières de barres longitudinales parallèles aux axes de circulations principaux – Grand-Rue, Rue de la Promenade et Place du Marché. Le maillage régulier qui en résulte permet à la zone de bénéficier de densités élevées. La forte proportion de cafés / restaurants dans la zone couplée à l'offre commerciale importante ainsi que les places de stationnements permettent une animation naturelle des rues par la forte concentration des citoyens circulant ou s'adonnant aux activités présentes. La multifonctionnalité occupe donc une place prépondérante dans l'attrait de l'espace centre-ville.

Proche de la gare (100 m. environ), le centre-ville est non seulement desservi par les lignes régionales et inter-régionales, mais également par les transports intra-urbains Mobul – un arrêt à l'extrémité Nord de la zone ainsi qu'une zone de transbordement devant la gare. Le centre se trouve donc au cœur du réseau intra-urbain constitué de trois lignes de bus cadencées à 30 minutes. La ligne 1 (Riaz – La Tour-de-Trême) et la ligne 2 (Vuadens – Morlon) forment une croix dont l'intersection se situe à la gare tandis que la ligne 3 dessert la zone industrielle bulloise depuis la gare. En ce qui concerne le trafic motorisé, la zone 30 km/h introduite récemment, ne permet pas une diminution importante des véhicules de transit – sans compter aux vues de la croissance démographique importante, l'arrivées de nouveaux véhicules – le centre-ville subit donc les nuisances sonores et

en termes de pollution dues à la charge de trafic importante. Les autorités ont également décidé d'implanter un parking d'environ 150 places de stationnements publics sous le bâtiment de Bulle-centre afin de compléter l'offre des stationnements également payants (1.- CHF / heure) de la Grand-Rue et la place du Marché pour la porter à environ 660 places au centre-ville (team+, 2011).

Zone d'habitats, de commerce et de travail, le centre-ville jouit également d'un positionnement proche du parc du Cabalet, lien entre ledit centre et l'une des écoles primaires de Bulle, permettant aux citoyens de compléter l'offre de zones de détente. La place du Marché est également utilisée lors de manifestations ponctuelles (Slow-up, concert de Jazz) et hebdomadaire (marché et marché folklorique durant la période estivale), mais sert également, de par l'installation de bancs publics, de lieu de pique-nique ou de repos pour les flâneurs tout comme la place du Tilleul situé dans la prolongation de la Grand-Rue.

Concernant maintenant les zones commerciales – il n'y aura pas vocation dans ce paragraphe à redéfinir leurs fonctionnements et leurs évolutions – celles-ci, constituées de Gruyère-centre et La Tour-centre, sont localisées aux deux entrées de la ville (Nord pour Gruyère-centre et Sud pour La Tour-centre). La morphologie du bâti, issue des modèles standards de centres commerciaux, se traduit par une structure comprenant uniquement un rez-de-chaussée ainsi qu'un sous-sol faisant office de parking.

Figure 4.4. : Situation géographique de Gruyère-centre (map.geoadmin.ch)



Julien Glasson, 2013

Corréée à l'évolution démographique débutée dans les années 1980 – bien que La Tour-centre fût achevée au milieu des années 2000 – leurs constructions traduisent la volonté des autorités politiques en place de constituer des verrous aux deux entrées de ville et de ce fait diminuer le trafic de transit dans le centre urbain à proprement parler. Bien que le groupement de magasins soit plus important dans la zone de Gruyère-centre – Migros, Coop, Jumbo et regroupement d'enseignes sous l'appellation Pôle Sud – l'offre commerciale constituée de la Migros et des enseignes qu'elle abrite dans le Sud de la ville reste largement acceptable sans pour autant offrir des produits très spécifiques, mais ceci sera plus amplement développé dans le chapitre suivant.

De par sa position géographique, Gruyère-centre fait lien direct avec la zone du centre-ville (environ à 5 min. à pieds) permettant d'accroître l'offre commerciale sur l'ensemble de la zone par la complémentarité des produits respectivement proposés et attire également les étudiants fréquentant le collège et le cycle secondaire situés tous deux à 100 m. du centre tandis que La Tour-centre, inaccessible à pieds, se retrouve isolée dans la zone industrielle et présente une offre destinée à des usagers motorisés.

Figure 4.5. : Situation géographique de La Tour-centre (map.geoadmin.ch)



Julien Glasson, 2013

Dotés de grands parkings de surfaces gratuits durant les deux premières heures, les deux centres sont également desservis par les transports publics intra-urbains, respectivement par les lignes 1 et 2 pour Gruyère-centre et la ligne 1 pour La Tour-centre ainsi que les bus régionaux. A noter, que si l'accès vers l'ensemble des surfaces commerciales de la zone Nord est relativement bonne depuis ces transports urbains, l'accès à La Tour-centre depuis l'arrêt de bus s'avère particulièrement dangereux ; aux abords directs d'une route cantonale reliée à la H189, l'accès piéton est séparée de cette dernière uniquement par une ligne peinte à même le sol. De plus, les trames piétonnes au sein des zones sont presque inexistantes ; si Gruyère-centre propose un accès piéton aux différents magasins depuis l'extérieur du site, la trame interne ne permet pas aux usagers à pieds de se rendre sans danger d'un commerce à l'autre. La Tour-centre, quand à lui, ne propose aucun accès sécurisé, interne ou externe, aux piétons.

L'ensemble des pôles périphériques se caractérise également par une absence totale d'aménités extérieures ou de zones vertes, mais possèdent toutes deux au *minimum* un restaurant et un café ; la fonction commerciale y est logiquement prépondérante, mais de par la présence des espaces mentionnés précédemment – à savoir les cafés et restaurants – une certaine fonction sociale peut être soulevée.

La dualité des espaces considérés peut logiquement faire penser que ceux-ci sont destinés à des populations différentes bien que le centre-ville, de par ses choix en matière de circulation se destine de plus en plus à une clientèle motorisée en réduisant son attrait pour les usagers piétons et que Gruyère-centre, de par sa proximité du centre-ville, peut également attiré les personnes ne désirant pas s'y rendre en véhicules motorisés.

4.4.2.2. Inventaire commercial comparatif dans la ville de Bulle

L'inventaire commercial comparatif entre centre et périphérie devient essentiel puisque celui-ci prend part dans le conditionnement du comportement commercial. Après inventaire des commerces sur les deux types de zone, nous ne remarquons que peu de différences dans les biens proposés (cf. annexe 1) : les spécificités entre centre et périphérie tiennent donc plus aux logiques sous-jacentes de consommation, à la concentration des produits et à l'agencement des structures de rencontres et autres aménités qu'à l'offre proposée à proprement parler. Les structures de rencontre – restaurants, cafés et places – ainsi que l'offre en service est également déterminante dans la définition des espaces proposés comme nous pouvons le voir sur le tableau suivant (tab. 4.2).

Tableau 4.2 : Résumé des commerces et services

| Lieu / typologie | Commerces | Cafés – Restaurants | Services à la personne et autres |
|------------------|-----------|---------------------|----------------------------------|
| Centre-ville | 53 | 20 | 18 |
| Gruyère-Centre | 42 | 6 | 5 |
| La Tour-Centre | 10 | 1 | 0 |

Outre une palette plus large de services proposée – agence immobilière, dentiste, docteur, ophtalmologue et autres spécialistes de la santé en plus des opticiens, coiffeurs et pharmaciens présents dans les deux types de zone – le centre-ville est surtout caractérisé par une multitude d’espaces qualifiés de sociaux. Cafés, restaurants et autres places permettent un délasserment aux citoyens renforçant la multifonctionnalité et la symbolique du cœur urbain.

La logique des mécaniques commerciales rencontrée au point 3 du cadre théorique est donc relativement bien représentée entre un centre-ville se maintenant comme le lieu de concentration des activités et dont l’activité commerciale a tendance à se déporter en périphérie et une spécialisation polynucléique peu marquée. De plus, si nous nous référons à nouveau au tableau répertoriant les pratiques commerciales (fig. 3.4 p. 49), nous pouvons constater que les pôles périphériques sont destinés à des pratiques qui tiennent plus du *Discount Shopping* ou encore du *Comparison Shopping* tandis que le centre-ville regroupe l’ensemble de ces quatre types de pratiques. Cette dernière remarque prendra son importance lorsqu’il s’agira de qualifier les perceptions et attitudes menant au comportement commercial dans la comparaison des deux espaces défini par les réponses aux questionnaires.

Pour terminer, vous trouverez la liste exhaustive de l’inventaire commercial à l’annexe 1.

4.5. Méthodologie

4.5.1. Caractéristiques et déroulement de l’enquête

Aux vues des problématiques soulevées dans cette enquête et de la quantité d’éléments à prendre en compte dans un rendu perceptif globalisant, les choix méthodologiques s’arrêteront principalement sur l’utilisation d’approches qualitatives. En effet, celles-ci, en plus d’appréhender les logiques d’actions des usagers du centre-ville, permettent de découvrir les représentations subjectives des individus par rapport au sujet traité. La réponse aux objectifs de travail fixés se fera donc en mobilisant des méthodes capables d’investir le terrain, on utilisera donc l’observation, l’entretien semi-directif et une grille sémantique remaniée permettant, cette fois, une analyse quantitative des données.

Après l’analyse de discours rendant compte d’une perception macro de la région gruérienne, l’observation non-participante, menée à l’aide d’une grille d’observations, permettra un suivi des observations (attitude, comportement et action pour l’analyse des pratiques spatiales, mais également âges des usagers, etc. pour l’identification des usages de la zone) à différentes temporalités. Celle-ci induira une analyse spatiale et des usages des individus dans la zone étudiée et permettra de recueillir un comportement spontané des usagers, sans modification ou adaptation de ce dernier par ma présence. Les périmètres de cette observation seront bien entendu le centre-historique ainsi que les zones commerciales périphériques qui produiront une donnée objective de l’utilisation de la zone.

L’enquête par questionnaire ne prendra place qu’à la suite des observations récoltées permettant de finaliser ce dernier dans une approche comparative entre centre-ville et centres commerciaux caractérisant le cœur de la ville en tant qu’espace de projection particulier non seulement au niveau commercial mais également sur le reste des facteurs influençant la perception citadine. Ainsi, grâce aux données obtenues, nous pourrions dégager les représentations du cadre de vie des usagers au sein de la zone d’étude en les catégorisant ; les critères consensuels à toutes les catégories, mais également des critères spécifiques à chaque typologie d’usagers susceptibles de nous éclairer quand aux choix de fréquentation du centre-ville ne se fera qu’en dernière analyse.

4.5.2. De l'analyse macro-spatiale à l'analyse micro-spatiale

4.5.2.1. Hiérarchie des villes

L'originalité de la présente démarche tient plus à l'utilisation des discours durant certaines conférences sur la ville de Bulle qu'à l'abstraction d'une analyse standard en composantes principales dans la recherche du positionnement géographique de la cité bulloise au sein de la hiérarchie des villes. Si la première intention était liée à l'utilisation de variables quantitatives afin de définir les dynamiques générales du cadre gruérien dans la compréhension des attitudes et du comportement de groupe, l'approche choisie, outre un gain de temps évident oblitérant la nécessité d'effectuer une analyse déjà maintes fois éprouvée, permet une meilleure restitution des images et mécaniques de l'objet d'étude.

On l'a vu, les biais inhérents à la confrontation des analyses macro et micro, ne permettent pas de saisir l'entièreté des comportements de groupes au travers de leurs attitudes tandis que l'approche discursive, rendant directement compte de cette vision, permet de saisir la perception des autorités en charge de la ville ou de spécialistes lors des conférences organisées en son sein.

Ainsi, nous prendrons appuis sur deux conférences permettant de rendre compte du positionnement de la ville de Bulle dans cette hiérarchie régionale et extra-régionale et la compréhension de la perception des intervenants – considérée dans le cas présent comme une synthèse des perceptions de groupe malgré les problèmes de représentativité qui sera réduite lors des entretiens – couplées aux prises de positions lors de la table ronde qui s'en suivit, permettra une simplification de cette même perception pour mieux en rendre compte.

4.5.2.2. L'observation non-participante dans la compréhension du centre-ville

Concrètement l'observation a pour but de rendre compte de pratiques sociales, de mettre à jour ce qui les oriente et ce qui amène les acteurs à leur donner une telle forme. Cela passe donc logiquement par les dimensions normatives du contexte pesant sur les pratiques, l'environnement urbain dans notre cas, et les diverses ressources que les acteurs déploient pour s'en rendre maîtres ou pour s'en accommoder. (Arborio, 2010, p. 47).

La méthode de l'observation directe fera donc le lien entre l'analyse macro et micro spatiale afin d'éclaircir les dynamiques et les pratiques recensées sur la zone d'étude et participera dans la définition des espaces actions des deux zones d'étude. Elle permet, de par ma non-implication avec l'utilisateur, de garantir un matériau objectif lors du dépouillement des questionnaires.

Bien entendu la période d'observation retenue induit certains biais constitutifs de la méthode envisagée pour le développement de l'étude ainsi que certains facteurs externes – température, ensoleillement... – qui conditionneront en partie les comportements observés. Les temporalités d'observation définies par le chercheur orienteront les résultats de l'étude dans la période prédéfinie comme le cadrage de l'étude limite le contexte d'interprétation des résultats et leurs applications à d'autres objets. Mais il faut également rappeler que dans tout travail d'observation le chercheur occupe la double fonction de sujet de l'environnement et d'instrument de mesure de l'objet d'étude ; ainsi « *[l'objet] n'est donc jamais saisi purement, directement, sans équivoque, pour ce qu'il est, mais à travers le sens qu'il revêt pour le témoin, dans les contextes qui sont les siens et ceux de sa société, sa culture.* » (Paillé, 2012, p. 63).

Comme tout individu, le chercheur est influencé par sa propre subjectivité lors de la phase d'observation et tout essai de théorisation se basant sur un empirisme naïf qui supposerait que le réel se donne à voir rendrait le chercheur prisonnier d'une vision « *[d'] une profondeur de champ limitée, prisonnier de catégories de perception qui lui sont propres, qui renvoient à son rapport profane à l'objet.* » (Paillé, 2012, p. 9). Le réel ne se donne donc pas seulement à voir mais également à écouter, prend la forme d'interactions avec les usagers nécessitant de se placer soi-même dans une difficile position d'empathie face à la scène qui se joue devant nous. Le chercheur, malgré sa participation non-active, constitue un fractal de l'environnement étudié.

4.5.2.3. L'approche micro-géographique

Effectuée à l'aide d'un questionnaire (annexe 2, p. 145) – lui-même construit d'après les deux premières analyses – l'approche micro mettra non seulement en évidence la typologie des acteurs se trouvant sur les zones d'étude, mais permettra par une complémentarité d'analyses en composantes principales et des correspondances multiples de corrélérer les variables déterminantes données par le sens qu'induit la perception influençant le comportement. Pour rappel : « *[la] présence incontournable du sens dans l'activité humaine, sociale et culturelle est liée au fait que l'être humain se représente le monde et le rapporte à l'ensemble de son expérience, ceci au sein d'une communauté et d'une collectivité à l'intérieur desquelles se transige et se juge le sens. C'est à travers un ensemble d'interactions que les acteurs rencontrent mais aussi construisent des répertoires de sens qui deviennent disponibles pour interpréter les diverses situations de vie. C'est sur la base de ces sens hérités / construits qu'ils fondent en partie leurs actions, lesquelles permettent en retour de rendre disponibles, pour des actions futures, de nouvelles figures d'interprétations.* » (Paillé, 2012, p. 64).

Le questionnaire, composé en partie d'une grille répertoire, est logiquement approprié pour saisir ces paramètres influençant la représentation mentale afin de comprendre le comportement des individus ou des groupes (Bailly, 1980, p. 233). Complété par une sous-partie s'axant sur les préférences individuelles de la cité bulloise, le questionnaire permettra de comprendre les éléments structurants de l'espace urbain bullois en vue de dégager ce qui est important pour le cadre de vie. Comme le définit A. Bailly, cette partie est destinée à dégager les pôles, axes et nœuds de la ville ainsi que les secteurs d'attraction. Elle va donc dégager les repères, les schémas logiques ainsi que les échelles imaginées chez les sujets. (Bailly, 1980, p. 305).

4.5.3. Comportement commercial et perception du centre-ville : questionnaire

4.5.3.1. Structure et validité du questionnaire

Le questionnaire, subdivisé en trois parties, justifie la présence de l'enquêteur sur le site de par l'influence directe de l'environnement sur le répondant et comprend majoritairement des questions ouvertes afin de ne pas influencer le rôle de la mémoire dans l'élaboration du modèle réducteur de la réalité de l'interviewé (cf. annexe 2). Faire uniquement appel à la capacité de mémorisation de la personne interrogée en n'étant pas sur le site à proprement parler induirait trop de biais dans la collecte d'informations. De plus, le questionnaire, visant une analyse comparative des résultats sur les deux zones d'étude, sera semblable pour les deux espaces. Concernant la méthode de saisie des données, ce dernier a donc nécessité le déplacement de l'enquêteur sur le terrain, pour une période d'enquête comprise entre le 14 août et le 10 octobre 2013, où je suis entré en contact direct en demandant aux passants si ceux-ci désiraient participer à une enquête sur la ville de Bulle et si ces derniers répondaient par l'affirmative, je leur soumettais oralement les questions.

La partie 1 (cf. items du questionnaire p. 70) permettra de déterminer les variables sociales des individus afin de les corrélérer par la suite aux autres réponses du questionnaire et établir des typologies d'usagers. La question F servira également dans l'analyse de la perception puisqu'elle détermine la multifonctionnalité du lieu ainsi que d'éventuelles chaînes d'activités. La question G, quant à elle n'aura pas vocation à distinguer clairement la catégorie socio-professionnelle de l'interviewé mais à définir si celui-ci est occupé ou a du temps libre afin de comprendre ses motifs de déplacements et les durées et temporalités de fréquentation du lieu ; ceci permettra de faire lien avec les systèmes territoriaux symboliques et l'évolution temporelle dans l'appropriation de l'espace en les corrélant avec les réponses des questions 10 à 12.

Les questions 1 à 3 sont destinées à appréhender la pratique du cadre de vie dans la ville de Bulle ainsi que son appréciation générale. Elles permettent également de dégager la vision, les souvenirs et les traits marquants de la ville. De par leur formulation, elles permettent d'obtenir des réponses englobant non seulement le milieu bâti, mais également les composantes sociales et économiques. En groupant ces réponses par opérationnalisation en catégories – construites en fonction du cadre théorique – et sous-catégories – empruntés des réponses obtenues –, nous aurons non seulement la liste des axes, repères et les éléments importants de la ville, mais aussi l'environnement et l'économie de la ville. De plus, de par la majorité des questions ouvertes, nous aurons une liste exhaustive des réponses individuelles. (Bailly, 1980, p. 306). L'accent mis sur cette partie du questionnaire en proposant 3 questions permettra de dégager la perception générale de la ville de Bulle et de définir les

constantes d'aménagement dans des lieux spécifiques qui conditionneraient ces perceptions en fonction de l'individu pour faire le lien entre sujet et environnement grâce à la partie 2 du questionnaire.

La question 4 permettra de représenter facilement l'appréciation générale de la ville en fonction des éléments cités dans les trois premières questions mais également avec les scores obtenus à la question 5. Nous pourrons par la mise en relation de ladite question avec les questions D et E comprendre les systèmes de territorialité et l'influence du temps de résidence dans la perception de la ville.

La question 5 permettra de définir les caractéristiques du lieu d'étude et mise en lien avec les questions 6 à 8, identifiera comment l'aménagement de la zone influence le comportement commercial ainsi que les temporalités d'utilisation (questions 9 à 12).

Tableau 4.3 : Items du questionnaire

| Thèmes | Variables | Item | Catégories de l'item | Réponses |
|-------------------------------|--|---|---|---|
| A. Variables sociales | Lieu de l'entretien | | Centre-ville / Gruyère-Centre / La Tour-Centre | Nominal |
| | Sexe | | Homme / Femme | |
| | Age | Quel âge avez-vous ? | moins de 25 ans / entre 25 et 45 ans / entre 45 et 65 ans / 65 ans et plus | |
| | Commune d'habitation | Dans quelle commune habitez-vous et pourriez-vous me donner le code postal ? | Bulle / Agglomération / District / Canton / Hors-canton | Ordinal |
| | Durée de résidence | Depuis combien d'années résidez-vous dans votre commune ? | moins d'1 année / entre 1 et 5 ans / 5 ans et plus | |
| | Motifs de déplacement | Pour quels motifs vous rendez-vous sur ce lieu ? | Achats / Services / Travail / Flânerie / Café / Restauration / Loisirs / Culture / Soirée / Tourisme / Transit | |
| | Occupation professionnelle | Avez-vous actuellement une activité professionnelle ? | Actif occupé / Actif inoccupé / Etudiant / Retraité / Femme – Homme au foyer | Ordinal |
| | Temps d'occupation (en %) | A quel pourcentage travaillez-vous ? | 25 % et moins / 25 à 50 % / 50 à 75 % / 75 % et plus | |
| | Catégorie socio-professionnelle | Quel est le diplôme le plus élevé que vous ayez obtenu ? | Diplôme de fin d'étude (CO) / CFC / Maturité professionnelle ou gymnasiale / Ecole supérieure ou Bachelor / Master ou doctorat | |
| B. Structure urbaine de Bulle | Eléments importants de l'environnement bullois | Quels sont les éléments importants caractérisant la ville de Bulle ? (3 éléments) | Urbanité / Espaces visuels symboliques / Commerce / Ambiance / Transports / Culture / Nature et ruralité / Géolocalisation / Attachement / Rien | Réponse libre / Nominal |
| | Eléments agréables de l'environnement bullois | Qu'aimez-vous à Bulle ? (2 éléments) | Urbanité / Espaces visuels symboliques / Commerce / Ambiance / Transports / Culture / Nature et ruralité / Géolocalisation / Attachement / Rien | |
| | Eléments désagréables de l'environnement bullois | Qu'est ce qui vous déplaît ? (2 éléments) | Urbanité / Espaces visuels symboliques / Commerce / Ambiance / Transports / Culture / Nature et ruralité / Géolocalisation / Attachement / Rien | |
| | Appréciation de la vie à Bulle | Sur une échelle de 1 à 6 (6 étant la meilleure note), comment appréciez-vous la vie à Bulle ? | Evaluation de la qualité de vie à Bulle | Cardinal / Calcul de scores et moyennes |

Tableau 4.4 : Items du questionnaire (suite)

| Thèmes | Variabes | Item | Catégories de l'item | Réponses |
|--|--|---|--|--|
| C. Zone d'étude et comportement commercial | Evaluation de la qualité des services et biens | Sur une échelle de 1 à 6 (6 étant la meilleure note), comment jugez-vous les caractéristiques suivantes sur la zone où l'on se trouve ? | Achats – commerces / Diversité des services / Diversité de produits / Bon service clientèle | Cardinal / Calcul de scores et moyennes |
| | Evaluation de la qualité des espaces de rencontre | | Flânerie – détente / Rencontre | |
| | Evaluation de la qualité de l'aménagement et de la circulation | | Fournies en espaces publics / Rues faciles à traverser / Facilité pour se stationner en voiture / Pas d'encombrement en voiture / Déplacements faciles à pieds | |
| | Evaluation de la qualité de l'atmosphère du lieu | | Atmosphère agréables / Lieu vivant | |
| | Temporalités d'achats | Vous rendez-vous sur ce lieu pour achats ? | Quotidiens / Hebdomadaires / Occasionnels | Ordinal |
| | Moyen de transport | Par quel moyen de transport vous êtes-vous rendu sur ce lieu ? | Voiture / Bus Mobul / Bus régional / Train / Vélo / Marche / Autre | |
| | Temps de parcours | Combien de temps avez-vous consacré pour vous rendre sur ce lieu en comptant depuis votre lieu de départ (domicile, travail) ? | moins de 5 min / entre 5 et 15 min / plus de 15 min | Réponse libre / Ordinal |
| | Météorologie et comportement | Changez-vous de lieu d'achats en fonction de la saisonnalité ou d'éléments météorologiques ? | Oui / Non / Parfois | Nominal |
| | Fréquentation temporelle du centre-ville | A quels moments fréquentez-vous habituellement le centre-ville ? | Matin / Midi / Fin d'après-midi / Soir / Semaine / Week-end | Réponse libre / Ordinal |
| | Fréquentation temporelle des pôles commerciaux périphériques | A quels moments fréquentez-vous habituellement les pôles commerciaux périphériques ? | Matin / Midi / Fin d'après-midi / Semaine / Samedi | |
| | Durée de fréquentation | Combien de temps passez-vous sur ce lieu pour votre activité ? | Moins de 15 min. / Entre 15 et 30 min. / Entre 30 et 60 min. / Plus de 60 min. | |

4.5.3.2. Echantillonnage

« *La matière de toute enquête sur l'image étant l'individu, il est nécessaire, au préalable, de déterminer qui va être questionné* » (Baillly, 1980, p. 220). L'échantillonnage est donc défini comme la représentation valable de l'ensemble de la population-mère. Aux vues de la problématique dégagée, il n'y a aucun intérêt à rechercher un échantillon représentatif de la population totale de la ville de Bulle puisqu'on ne connaît pas les valeurs relatives de fréquentation des centres commerciaux et du centre-ville ; on a donc préféré, par échantillonnage en grappe, avoir un échantillon représentatif des populations fréquentant chaque zone d'étude.

L'échantillon en grappe suppose que les individus sont naturellement regroupés en paquet relativement homogènes d'après les deux espaces géographiques déterminés – zones commerciales et centre-ville – nous donnant un échantillonnage aérotaire (Martin, 2012, p. 20). L'intérêt de ce découpage tient au fait qu'il ne nécessite aucune base de sondage, les principes behavioristes – postulant que l'homme ne pouvant échapper à sa propre culture sa propre expérience façonnent sa perception du monde et que cette dernière, caractéristique de chaque individu, peut être partiellement constante selon les groupes sociaux – serviront à découper les populations en fonction des images réductrices du monde réel et de leur appartenance à un groupement humain préférant tel endroit pour réaliser leurs achats. L'échantillon devient ainsi plus ou moins représentatif des corrélations sociales des perceptions individuelles des citoyens fréquentant l'une des zones d'études et permet également une meilleure approche comparative de l'analyse par ce groupement aérotaire tant que l'intégralité des temporalités de fréquentation sont représentées.

Malgré cette faiblesse représentative, l'étude permettra tout de même de tracer les contours de la population-mère des individus et classes d'individus fréquentant tel lieu. « *En fait, plutôt que de partir d'une population bien connue pour construire un échantillon représentatif, on part de l'échantillon obtenu empiriquement et raisonné « au mieux » et on considère que cet échantillon est représentatif d'une population aux contours ignorés a priori.* » (Martin, 2012, p. 27). L'échantillon déterminé par les postulats de la géographie perceptive devient le prisme d'une population dont la description sera réalisée *a posteriori*, non-universellement applicable, mais rendant compte des mécanismes et interactions entre homme et environnement sur l'espace étudié.

L'échantillon initial de l'enquête comprend donc 200 personnes interrogées réparties à parts égales entre le centre-ville et les zones commerciales périphériques – les deux pôles commerciaux ne formant qu'un seul espace pour les besoins de l'entretien – représentées à 70 % par Gruyère-centre et 30 % par La Tour-centre.

4.5.4. Plan de l'analyse des données

Si les analyses macro et méso détermineront les dynamiques générales ainsi que la qualification des espaces actions permettant une approche globale de l'ensemble des hypothèses définies ainsi qu'une évaluation des temporalités de fréquentations des deux espaces par les différents groupes sociaux, la méthode par questionnaire visera, afin de mettre en évidence les tendances et les différences entre la perception et les comportements des deux espaces étudiés, une étude comparative des variables sociales – âge, sexe, durée de résidence... – qualifiant les groupes d'individus ou citoyens fréquentant chaque espace.

La première série d'hypothèses sera vérifiée aux travers d'une analyse comparative des perceptions des deux espaces étudiés et de l'influence du cadre bâti. Ainsi, dans un premier temps, axes structurants, repères et schémas logiques dégagés dans la partie B du questionnaire permettront une meilleure compréhension de l'appréciation du centre-ville et des centres commerciaux. Une comparaison graphique des populations en fonction de leurs habitudes et de l'évaluation du cadre bâti déterminera l'expérience qu'ils ont du milieu et ainsi que du paysage urbain dévolu à chaque espace. L'évaluation de la qualité du lien homme-environnement pourra de ce fait être rendu réalisable ; la population fréquentant l'espace considéré le fait-elle par nécessité ou par plaisir. La qualité du lien sera donc jugée bonne, neutre ou mauvaise.

De par une recherche de corrélation entre les attributs des populations fréquentant l'espace, les caractéristiques spatiales à proprement parler et la perception individuelle, nous pourrons mettre en avant les attributs spécifiques du cadre bâti entrant dans le processus de mémorisation des sujets considérés comme important ainsi que la symbolique spatiale déterminant l'image du centre-ville par rapport aux centres commerciaux afin de rendre compte des choix d'interactions et des répertoires de sens propres à chaque espace déterminant leurs

comportements et attitudes fonctions des variables sociales. Afin de permettre statistiquement une analyse des corrélations, les deux méthodes complémentaires – ACP et ACM – retenues seront effectuées pour démontrer l'ensemble des pratiques et du cadre de ces pratiques déterminant la nature de la relation homme – environnement : la deuxième série d'hypothèses pourra donc être discutée.

Enfin, après la prise en compte de l'image du centre-ville et du comportement commercial confrontés aux répertoires de l'urbanisme durable, nous pourrons tester le bien-fondé des choix d'aménagement du centre-ville.

Le tableau ci-dessous (tab. 4.5) vous permet d'avoir une brève synthèse des méthodes utilisées ainsi que leurs objets et objectifs d'étude.

Tableau 4.5 : Plan de l'analyse des données

| Echelles d'analyse | Méthodes | Objets | Objectifs | Hypothèses |
|--------------------|--|--------------------------------|---|------------|
| Macro | Analyse de discours | Cadre de vie | Dynamiques générales et paysage urbain bullois | |
| Meso | Observation | Espaces actions | Qualification du paysage urbain du centre-ville | |
| Micro | Analyse comparative des espaces étudiés | Perception des espaces étudiés | Evaluer la qualité du lien homme-environnement | Série A |
| | ACP et ACM entre les espaces et les sujets | Comportement sur les espaces | Evaluer la nature du lien homme-environnement | Série B |

CHAPITRE 5

ANALYSE

5.1. Bulle et la hiérarchie des villes régionales et extra-régionales

La première étape d'analyse – en plus d'appuyer les propos du chapitre précédent qualifiant la zone d'étude – vise à rendre compte des nouveaux rapports de domination spatiaux issus de l'accélération des dynamiques qu'a connu la ville de Bulle depuis les années 1980. L'analyse des conférences et entretiens permet de dégager les facteurs influençant la subjectivité spatiale dans le construit de la population bulloise, ainsi que l'influence du vécu social des individus qui sera traité dans l'échantillon.

5.1.1. Dynamiques générales

A l'analyse des discours, que ce soit de personnes fortement impliquées dans la vie et le développement de la Gruyère ou d'experts externes, nous remarquons l'accent des propos rapportés sur l'accélération de la croissance démographique et du développement urbain traduisant un attrait régional et extra-régional de la ville. De plus, sa proximité avec l'arc Lémanique et la région ouest de la Suisse allemande (Fribourg en partie et Berne) couplée à une économie foncière relativement bon marché permettent à la cité de jouir d'un large réservoir d'une population extérieure attirée par ces atouts en leur mettant à disposition un cadre paysager préservé ; la migration de ces populations favorise donc largement la croissance démographique bulloise, mais également une augmentation de la mobilité globale traduite par un renforcement des pendularités. Renforcement concernant non seulement ces « nouveaux » arrivants, mais offrant également à la population « locale » de nouvelles opportunités et aménités externes ; la problématique de la ville « dortoire » émerge logiquement de cette mécanique dans la prise de parole des conférenciers.

A *contrario* et afin de lutter contre cette exode urbain de la ville pour la réalisation de loisirs, travail et autres activités, la cité bulloise se veut moteur d'une économie secondaire forte au niveau cantonal et variée sur le plan régionale ; la création d'emplois par l'intermédiaire de *Farchim* ou encore *Liebherr* permettent à la ville de jouir d'un tissu économique diversifié couplé à une activité touristique en essor. Cette politique économique dans un contexte de fragmentation et de dispersion de l'urbain au niveau régional participe également à cette croissance des mobilités entre le chef-lieu gruérien et son bassin de vie.

La ville de Bulle est donc confrontée à une évolution démographique majoritairement issue des mouvements migratoires transformant l'image d'une ruralité marquée des années pré-1980 – marquantes pour les populations établies depuis plusieurs années – en une représentation contemporaine de la ville moderne caractérisée, comme nous l'avons souligné précédemment, par une perte de profondeur du fait urbain et de la symbolique sociétale au profit de l'expression d'une fonctionnalité exacerbée et d'une multiplication des paysages de la cité : le paysage urbain bullois devient le fruit d'une organisation humaine multiple dans un contexte d'expansion urbaine. Pour corrélérer ces propos, nous pouvons nous référer aux prises de parole des citoyens bullois de longue date lors de la table ronde traduisant cette non-acceptation du nouveau paysage : les différentes questions ainsi formulées se référaient principalement à la capacité de la ville à mettre en place des mesures pour empêcher ces populations allochtones de s'établir dans le chef-lieu gruérien tandis que le débat s'articulait principalement autour d'une diminution de la qualité de vie des populations autochtones au profit des infrastructures résidentielles et services mis en place pour répondre à cette évolution démographique. La prise de parole de ces nouveaux résidents permet également de souligner la qualité de vie exceptionnelle perçue par ces derniers à Bulle comparée à leurs anciens lieux de résidence.

La participation à ces différentes conférences a permis de mettre en avant cette dualité perceptive de la ville et d'introduire la première synthèse consacrée aux rapports de domination spatiaux mouvants caractéristiques des villes en forte expansion territoriale ainsi qu'une validation du discours tenu dans la description de la zone d'étude.

5.1.2. Synthèse 1 : Le cadre de vie bullois

La prise de parole des intervenants lors de la table ronde peut être qualifiée de symptomatique de la dichotomie perceptive dominée par l'expérience du milieu et par extension du cadre de vie bullois et imposée par cette position intermédiaire de la cité dans la hiérarchie des villes. Dans une logique d'intelligibilité du propos qui va suivre, commençons par un rapide rappel théorique argumentant que le réel objectif est indéterminé en dehors de

nos construits ; donc peu importe l'intensité réelle des développements démographiques ou urbains que nous avons dégager précédemment sur l'objectivité physique du territoire, le sens et l'intensité mesurée de cette croissance par l'individu sera celle qui sera perçue à travers sa propre subjectivité et sa propre perception du monde construit qui l'entoure. Ainsi, chaque sujet aura une perception personnelle des dynamiques auxquelles il est confronté que l'on peut schématiser dans la cité bulloise par une perception influencée d'une perte du caractère rural reposant sur les cyclicités longues opposée à ce développement rapide des structures urbaines chez les résidents de longue date et d'une confrontation entre la découverte d'une nature préservée entourant une ville de petite à moyenne taille en termes de population et de plus grandes cités suisses connues par un vécu social chez ces « nouveaux » arrivants.

La simplification de catégories perceptives est bien entendu à balancer avec le développement de l'analyse du comportement individuel postulant que par suite d'hétérogénéité sociale et spatiale l'individu n'est plus dépendant d'un seul groupe mais d'une multitude – analyse qui sera développée dans les points suivants. Pourtant, cette schématisation permet un point d'entrée dans l'étude perceptive des populations bulloises jouant sur les notions de familiarité du territoire et des rapports de domination à l'espace. L'équivalence entre environnement physique et social dans la réduction territoriale permet l'extrapolation et l'application des caractéristiques perceptives d'un milieu vécu développant une notion de familiarité plus marquée chez les populations autochtones ; celles-ci, faute de redécouvrir le cadre paysager particulier gruérien ainsi que le cadre de vie bullois tenant plus d'une bourgade, le prennent pour acquis et c'est cette image résiduelle d'un environnement préservé qui s'oppose aux dynamiques contemporaines caractéristiques de l'évolution du sud fribourgeois. *A contrario*, les « nouveaux » arrivants ont une perception plus sensible de ce nouvel environnement permettant une meilleure appréciation, suivant leur provenance, de la ville et des aménités qu'elle a à offrir. Le déficit de l'aménagement du centre-ville, symbole de cette image résiduelle et de découverte, est donc de concilier perception sensible et vécue au sein d'un même espace ; donner un sens à un paysage multiple tout en s'adaptant aux structures déjà en place.

De ce fait, si nous reprenons le schéma des séquences de l'action (fig.2.4 p. 20) développé par Chapin, nous pouvons démontrer l'importance de la congruence entre tissu urbain, valeurs, buts économiques, besoins et désirs, et actions individuelles au centre-ville : cet espace de projection constitutif de ces éléments systémiques se traduit dorénavant par une recombinaison des rapports de domination à l'environnement par les « nouveaux » habitants qui étaient jusqu'à présent maintenus par une inertie de dynamiques concourant à un équilibre image (rurale) – action – image (rurale) et inversement pour les populations plus récentes. Dorénavant, l'instabilité du système est plutôt caractérisée par une image floue et changeante emprunte du passé et des changements présents : la centralité comme modèle et espace de culture ne permet plus de comportements ruraux et l'évaluation de l'objectivité du réaménagement développé dans les chapitres suivant devra tenir compte de cette caractéristique de l'espace bullois.

Afin de clore cette première synthèse sur la qualification du paysage urbain, nous pouvons ajouter que, certes, la ville de Bulle est confrontée à deux dynamiques accélératrices de changements sociaux et urbains que nous pouvons qualifier de divergentes, mais non inconciliables dans un urbanisme opérationnel. La réponse territoriale aux désirs des différents usagers doit pouvoir s'adapter à des visions de la ville opposées tout en garantissant une composante durable.

5.2. L'observation directe au service d'une définition des espaces actions

La relative difficulté à restituer l'ensemble des observations d'un environnement aussi complexe d'espaces à la fois commerciaux et de lieux de rencontre s'adapte peu au récit chronologique en première analyse ; dans ce sens, j'ai préféré regrouper les informations recueillies en tant qu'objets plus ou moins perméables suivant le domaine décrit, eux-mêmes définis par un ensemble d'énoncés et de thématiques variés tenant compte de leur transformation constante dans le temps. Ceci permet de ne pas unifier l'objet décrit dans une définition singulière, mais bien de constituer une unité de discours ou de pratiques autour de ce dernier pour rendre compte de son évolution avant de développer une intensité chronologique des interactions et des usages entre l'homme et son environnement.

5.2.1. Temporalités

L'observation a pris à partie les trois zones commerciales majeures de la ville de Bulle – à savoir le centre-ville, La Tour-centre et Gruyère-centre – et s'est déroulée entre le lundi 8 juillet 2013 au dimanche 14 juillet de la même année. Vous trouverez ci-dessous le détail des temporalités d'observation des espaces.

Tableau 5.1 : Temporalités d'observation du centre-ville et des centres commerciaux

| Jour/heure | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
|-----------------|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Lundi | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mardi | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mercredi | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jeudi | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Vendredi | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Samedi | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dimanche | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Légende | Centre-ville | Gruyère-centre | La Tour-centre |
|---------|--------------|----------------|----------------|
| | ■ | ■ | ■ |

Bien que l'intention de l'auteur soit de mettre en avant la perception du centre-ville, les deux pôles commerciaux n'ont pas été laissés en arrière plans lors de la phase d'observation, mais la qualification de ces espaces regroupant des mécaniques comportementales simplifiées par rapport au centre-ville, elles ont nécessité moins de temps de terrain dans la compréhension des espaces actions.

5.2.2. Enquête de terrain – entre intensité commerciale et socialisation

Naturellement, la première thématique qui a retenu mon attention aux vues de la problématique est le régime de circulation des véhicules motorisés (fig. 5.1) et par extension son insertion dans l'environnement ainsi que ses rythmicités et ses éventuels conflits avec d'autres typologies d'usagers. Il convient d'abord de préciser que la cité bulloise est l'une des rares villes à ne pas connaître de feux de signalisations, ceux-ci étant remplacés par des ronds-points et des priorités de droites présentes dans la zone 30 du centre-ville. Le marquage au sol à l'attention des conducteurs est inexistant dans le centre historique excepté celui indiquant l'entrée en zone 30 et les places de stationnement.

Figure 5.1. : Carte du centre historique et des sens de circulation (*in* ville de Bulle, 2006 – orientation Ouest)



Julien Glasson, 2013

Concernant l'aménagement de l'espace à proprement parler, celui-ci présente quelques points qui nécessitent d'être développés. Le concept de circulation dirigeant l'ensemble des déplacements motorisés vers la place du Tilleul transforme le potentiel espace de rencontre en véritable entonnoir à voitures ; ceci couplé au trafic de

transit⁷ encore présent permet le respect de la limitation de vitesse mais *a contrario*, la pollution sonore représente une véritable gêne pour les usagers fréquentant la place (fig. 5.2). De plus, lorsque le centre-ville ne présente que peu de circulation, la limitation n'est pas toujours respectée. On peut dès lors mettre en avant un paradoxe fondamental dans le concept de circulation : pour être efficace en termes de limitation de vitesse, celui-ci doit composer avec une charge de trafic relativement forte provoquant des embouteillages aux heures de pointe dans une zone où la voiture est à proscrire. L'absence de gendarmes couchés et autres types d'aménagement limitant la vitesse censé constituer une gêne pour le conducteur est à relever ; cette contrainte d'aménagement est remplacée par l'orientation des stationnements perpendiculaire à la Grand-Rue – le véhicule occupe dès lors les deux voies de circulation lors de sa sortie de la place de parc – ce qui a pour effet d'amplifier le phénomène d'embouteillage.

Figure 5.2. : Détail : Place du Tilleul (*in ville de Bulle, 2006 – orientation Ouest*)

Figure 5.3. : Détail : Grand-Rue et places de stationnement (*in ville de Bulle, 2006 – orientation Ouest*)

Figure 5.4. : Détail : Place du Marché et stationnements (*in ville de Bulle, 2006 – orientation Ouest*)



Julien Glasson, 2013

Dans le prolongement de ce qui vient d'être défini, la gestion des stationnements à l'intérieur du périmètre considéré – nécessaires à la préservation de la « *vitalité du centre-ville* » garantie par l'optimisation de l'équilibre entre accessibilité voiture et confort piéton permettant une attractivité commerciale du centre-ville (team+, 2011, p. 9) – bien que selon les concepteurs, essentiels aux usagers motorisés fréquentant les différents commerces de la Grand-Rue, cet équilibre ne favorise pas le déclin du trafic transitoire au centre-ville. Par extension, on peut entrevoir une dualité dans l'utilisation des stationnements du centre historique : les places de parcs le long de la Grand-Rue (fig. 5.3) sont caractérisées par de nombreux mouvements de véhicules tandis que celles de la Place du Marché (fig. 5.4) ne connaissent que peu de va-et-vient. Par extrapolation, ceci peut être mis en lien avec les motifs d'utilisations desdits stationnements : les places de parcs de la Grand-Rue sont principalement utilisées par des individus effectuant des achats et celles de la Place du Marché sont réservées aux personnes travaillant sur le site. Dans un souci d'exhaustivité, il est nécessaire de prendre en compte les taux d'occupation des différents stationnements du centre-ville. Ainsi les deux parkings cités précédemment sont occupés entre 80 % et 100 % de 8h le matin jusqu'en fin de journée tandis que le dernier parking qui n'a pas encore été répertorié – à savoir celui de Bulle-centre jouxtant la Grand-Rue inversement à la Place du Marché – ne connaît un taux de remplissage que d'environ 25 % excepté les jours de manifestation, mais ceci sera plus amplement développé par la suite. Cette dernière observation peut facilement trouver une réponse dans la construction récente du parking en ouvrage de Bulle-centre.

A propos des charges de trafic sur les principaux axes circulatoires de l'espace considéré (fig. 5.5), il est nécessaire de mettre en avant le fait que les rues parallèles à l'axe principal – à savoir la rue de la Sionge et celles de la Promenade et du Marché sur la place du Marché – connaissent moins de passage en nombre de véhicules motorisés⁸ que sur la Grand-Rue. Ce phénomène difficile à cerner pourrait trouver une explication dans la contrainte circulatoire plus importante sur les rues parallèles à l'axe principal ; cette donnée devra trouver un approfondissement par la suite de l'enquête.

Les pôles périphériques revêtent quand à eux moins de surprises par leurs concepts de circulation. Situés à proximités des sorties de ville et desservis par des bretelles d'autoroute couplés à un accès direct à la H189, l'espace est empreint des logiques commerciales définies par les théories et modèles étudiés précédemment. Le comportement individuel est donc fortement influencé par la fonction économique des lieux en présence ainsi que de la structure même de l'aménagement urbain favorisant l'accessibilité aux véhicules individuels motorisés.

⁷ 5 à 10 voitures/min aux heures creuses et environ 25 voitures/min aux heures de pointes

⁸ D'après mes observations, entre 2 et 4 fois moins selon la période de la journée étudiée

Figure 5.5. : Carte du centre historique et rues de circulations (GoogleEarth, le 22.07.13 – orientation Ouest)



Julien Glasson, 2013

On constate donc une dualité des lieux entre centre et périphérie dans le chef-lieu gruérien mais également une dichotomie parmi les objets présents. Entre fonction commerciale et lieu de rencontre, de socialisation, les espaces concernés en termes de trames circulatoires ne permettent pas la même intensité dans l'approche des projections individuelles des sujets sur la rue. Si les centres périphériques comprennent une composante de commerce de détail dans les succursales mise à disposition par les grandes enseignes, leur appropriation n'a pas la même expression que dans le centre-ville ; celui-ci étant largement marqué par une multifonctionnalité et par extension une typologie d'usagers plus grande amenant des conflits entre piétons et conducteurs dans l'usage même de la rue. L'aménagement des pôles commerciaux induit une séparation logique des trames piétonnes et de circulation motorisée – on parque sa voiture et ensuite seulement on va faire ses courses à pieds – tandis la permissivité de l'aménagement du centre-ville au trafic de transit confond les espaces dédiés aux circulations piétonnes et motorisées réduisant de ce fait la capacité d'appropriation des zones de rencontre dédiées aux usagers non-motorisés.

Figure 5.6. : Carte zone commerciale Gruyère-Centre (GoogleEarth, le 22.07.13 – orientation Ouest)

Figure 5.7. : Carte zone commerciale La Tour-Centre (GoogleEarth, le 22.07.13 – orientation Ouest)



Julien Glasson, 2013

Les comportements piétonniers sont donc largement influencés par le régime de circulation et l'ambiance qui en résulte. Pour avoir moi-même côtoyer longuement ces « espaces de rencontre » durant la phase de terrain, il

m'est vite apparu que la pollution sonore ainsi que la séparation des commerces de détail sur l'axe de la Grand-Rue par une ligne continue et constante de véhicules stationnés ou en mouvements en son long deviennent autant de gênes visuels et auditives pour qui désire profiter du centre historique comme espace commercial ou de socialisation.

Ajouté à cela, l'agencement du mobilier urbain du centre-ville permet non seulement la création de ces espaces de socialisation par la présence de bancs mais la disposition des bacs végétalisés des terrasses de restaurants/bistrot couplés aux zones de stationnements le long de la Grand-Rue conditionnent la perméabilité piétonne sur la zone 30 ; ces derniers masquant la visibilité de l'espace, le piéton, pour se prémunir face au danger que représente la circulation, optera pour des emplacements prédéfinis afin de traverser la rue. Lesdits emplacements ne sont autres que ceux utilisés avant la transformation de la zone et où figurait encore un marquage au sol permettant une traversé sécurisée. A ce titre, l'expérience des usagers peut être incluse comme élément de réponse conjointement à la visibilité de l'espace pour expliquer le choix des accessibilités ; ce dernier induisant un nombre d'habitudes conséquent dont le sujet peine à changer, il est rare de voir un piéton traverser entre deux véhicules stationnés.

Après avoir défini les problèmes relatifs aux trames circulatoires ainsi qu'à l'agencement du mobilier urbain, revenons un instant sur les individus fréquentant ces espaces. La mise en évidence de leurs caractéristiques sociales ainsi que leurs interactions avec l'environnement permettra de se faire une idée des principaux moteurs comportementaux dans l'évaluation de la relation sujet-environnement sur les lieux d'étude.

L'attractivité et la multifonctionnalité du centre-ville sont renforcées par l'implantation des nombreux restaurants et autres cafés permettant une fréquentation dudit centre par une population moins homogène que dans les centres commerciaux ainsi qu'une projection d'usages plus variée. Malgré cette permissivité des fonctions, les temporalités quotidiennes et journalières conditionnent fortement la présence de certaines populations sur l'espace étudié. Ainsi, nous pouvons observer une gradation de la fréquentation en fonction des moments de la journée mais également par rapport aux différents jours de la semaine. Il est donc courant de voir tôt le matin⁹ une population de retraités s'appropriant les terrasses de cafés avant d'être rejointe par des femmes/hommes au foyer s'activant à faire les courses journalières avec ou sans leurs enfants ainsi qu'une population plus jeune – les étudiants ayant du temps libre dû aux vacances scolaires – flânant entre la Grand-Rue et la Place du Marché.

La période entre midi et 13h est caractérisée par une forte fréquentation des restaurants occupés par des familles ou des groupes de travailleurs venant prendre leur repas dans un relatif calme balancé par l'intense circulation sur l'axe de la Grand-Rue tandis que l'espace de la Place du Marché est approprié par une population plus jeune pique-niquant sur les bancs ainsi que les diverses composantes du mobilier urbain. La fonction commerciale de la zone se résume donc aux services à la personne. Si l'on observe la même plage horaire dans les centres commerciaux, le phénomène est identique à cela près que les groupes d'employés sont mieux représentés et que la fonction commerciale est plus variée puisque les centres restent ouverts ainsi que les enseignes se trouvant dans les mêmes locaux.

Pour poursuivre sur cette évolution temporelle, l'image du centre-ville durant l'après-midi se rapproche fortement de celle entrevue en matinée excepté pour la population retraitée qui laisse sa place à une présence de jeunes faisant leurs courses dans les différents commerces de détails puis se détendant sur les espaces de rencontre en mangeant une glace et discutant de diverses banalités. Le travail d'observation a également permis de mettre en évidence certains propos concernant la gêne que représentait la circulation dans le centre historique que ce soit sur les espaces de rencontres ou les terrasses de café. Dans ce cas, on est en droit de se demander pourquoi les personnes continuent de fréquenter le centre-ville et deux propositions me viennent à l'esprit : soit le cadre du lieu prévaut sur les nuisances perçues, soit les contraintes personnelles des individus – non possession d'un véhicule motorisé, proximité du centre-ville, contrainte de temps ou encore manque de commerce de quartier – les empêchent de se rendre dans un espace plus approprié à leurs désirs. A noter que ces explication peuvent être concomitantes et que pour l'instant il ne s'agit que d'une hypothèse à vérifier lors de la phase d'entretien.

La mise en lien tout aussi hypothétique entre l'accentuation de la fonction commerciale et la baisse de fréquentation des espaces de rencontre en fin d'après-midi couplées à l'accentuation du trafic aux heures de

⁹ Entre 7h30 et 10h

sortie du travail n'est en rien validée par la phase d'observation mais présente une bonne piste de recherche pour nuancer l'intensité de l'activité commerciale au centre-ville. Tout comme ce dernier, les pôles périphériques connaissent en fin d'après-midi une recrudescence de leur activité. Si tout au long de la journée, la fréquentation était principalement composée par des personnes retraitées et des femmes au foyer accompagnés ou non de leurs enfants, la fin de journée voit débarquée en masse une nouvelle population de familles et employés finissant le travail. Leur comportement est largement influencé par la rapidité avec laquelle ils désirent rentrer chez eux et contraste largement avec la flânerie supposant une attitude calme qu'on retrouvait chez les personnes côtoyant les magasins du centre-ville. De plus, aux vues du nombre d'hommes/femmes au foyer faisant les courses plus tôt dans la journée dans les centres commerciaux, l'explication la plus logique déterminant cette forte fréquentation est la possession d'un ou plusieurs véhicules individuels ; les familles n'ayant fait l'acquisition que d'une seule voiture sont contraintes d'aller faire leurs courses en fin de journée quand la personne travaillant termine son labeur tandis que les couples en possédant plusieurs permettent au conjoint qui ne travaille pas de ramener sans effort une quantité de marchandise non négligeable.

Enfin, le début de soirée est bien entendu uniquement dévolu au centre historique et à des fonctions non-commerciales puisque l'ensemble des commerces ferme à 18h30. Là encore, on rencontre une grande mixité d'individus en groupe au détour d'une terrasse de café ou flânant sur les espaces de rencontre nettement moins fréquentés que les premières citées.

Si l'intensité journalière fût largement présente dans les chapitres précédents, il reste encore à déterminer la rythmicité quotidienne influençant les comportements individuels. L'observation et la collecte d'informations auprès du personnel des différents magasins lors d'entretiens non-formels mettent en évidence une gradation dans la fréquentation quotidienne des pôles périphériques tandis que celle du centre-ville reste constante hormis lors de jours de manifestations et le lundi étant le jour de fermeture de la majorité des commerces de détail du centre historique.

Il est dès lors temps de s'intéresser aux manifestations – vocation principale de l'espace du centre historique – qu'elles soient ponctuelles comme le Slow-up ou hebdomadaires telle la mise en place du marché folklorique. Celles-ci, de par leur organisation peu fréquente et majoritairement estivale, attirent un grand nombre de personnes et rend compte de tout le potentiel commercial et de socialisation de l'espace par la fermeture des axes dédiés à la circulation motorisée au profit des piétons.

Le marché folklorique, organisé de manière hebdomadaire durant toute l'année le jeudi entre 8h et 14h mais prenant un réel essor l'été où un nombre plus conséquent de stands sont installés, permet à la population locale ainsi qu'aux touristes de transformer le centre-ville en un gigantesque marché à ciel ouvert – si nous revenons aux propos tenus par Jean-Paul Glasson, c'est uniquement durant ces périodes que le centre-ville occupe ce rôle – garantissant une bonne représentativité entre producteurs locaux et externes favorisant l'activité commerciale et offrant un véritable lieu de rencontre à la population bulloise. Les figures 5.8 à 5.11 attestent de la fréquentation ainsi que de la bonne ambiance qui y règne.

Figure 5.8. : Photo panoramique Place du Tilleul jour de marché (12.07.13)



Julien Glasson, 2013

Malgré la réussite que rencontre l'événement, celui-ci engendre des problèmes non négligeables de stationnements dans l'ensemble de la ville et les premiers acteurs concernés sont les centres commerciaux qui voient leurs parkings envahis par une population désireuse de se rendre au centre-ville. L'enrôlement d'agents de sécurité contrôlant les motifs d'entrée des individus sur ces stationnements ne permet pas une recrudescence des taux d'occupation sur ces parkings privés ; le fait est qu'une partie non-négligeable de la population retourne aux centres-périphériques après la fermeture du marché folklorique. Ceci peut trouver une explication dans le fait

que la diversité des produits au centre historique est compensée par leur coût élevé et que les personnes désireuses de faire des économies finissent leurs courses dans les centres commerciaux durant l'après-midi.

Figure 5.9. : Photo Grand-Rue jour de marché (12.07.13)

Figure 5.10. : Photo Rue de la Promenade jour de marché (12.07.13)



Julien Glasson, 2013

Enfin, concernant la manifestation du Slow-up, qui n'est pas la seule du genre durant la période estivale, celle-ci revêt une fonction purement de divertissement et de socialisation par l'intermédiaire du nombre d'activités proposées (parcours à vélo, détente autours d'un verre, activités organisées pour les enfants...). Si l'on s'intéresse aux discussions qu'ont les personnes sur place, on comprend vite que l'impressionnante fréquentation est due à la rareté de l'activité événementielle dont pourrait profiter le centre-ville. La grande interrogation en suspens reste donc la fréquentation de ce genre de manifestations si elles étaient plus fréquentes.

Figure 5.11. : Photo Grand-Rue jour du Slow-up (15.07.13)

Figure 5.12. : Photo Grand-Rue jour du Slow-up (15.07.13)



Julien Glasson, 2013

On peut donc facilement le voir : la différenciation fondamentale des deux espaces étudiés tient au fait de la variation de l'intensité et des temporalités des usages qui y sont projetés ainsi que du phénomène d'appropriation du territoire. Bien que l'aménagement à proprement parler influence le modèle mental des individus, la relation sujet-environnement reste largement caractérisée par l'expérience personnelle de ce dernier ainsi que de ses composantes propres.

L'aspect de rencontre et d'espace de manifestation nettement plus marqué au centre-ville permet à l'activité commerciale de se maintenir par complémentarité des deux fonctions et non par la disponibilité en stationnements puisque ces derniers sont rapidement saturés dès le début de matinée en connaissant un flux de mouvements réduits alors qu'un afflux de personne est toujours présent dans la zone après le créneau horaire mentionné.

Vous trouverez d'autres photographies illustrant l'espace du centre-ville lors de manifestations à l'annexe 3.

5.2.3. Synthèse 2 : Conditionnements temporels, rythmicités et habitudes

Outre les temporalités journalières et hebdomadaires impactant l'usage de l'espace, les temporalités plus longues influençant l'expérience et l'habitude des usagers sont également à prendre en compte. Comme le soulignait à juste titre Jean-Luc Piveteau dans un des chapitres précédent, le double processus d'enregistrement et d'analyse des temporalités écoulées induit deux positions limites dans la perception de l'espace : la fixation en stéréotype ou, à l'opposée peut atteindre une instabilité totale (Piveteau, 1982, p. 59). De plus, ce phénomène n'est pas figé dans la lecture temporelle du paysage mais évolutive entre ces deux pôles.

Les cyclicités journalières et hebdomadaires sont donc apparentées à des contraintes régulant les variables sociales des individus dans leurs temporalités propres induisant une congruence entre les facteurs psychologiques, sociaux, culturels, économiques et le processus de mémorisation et ces rythmicités. Le sujet, prisonnier du temps imparti à la réalisation de ses activités, doit faire preuve de souplesse dans le choix des espaces fréquentés afin de les réaliser. Ainsi « *[notre] perception de l'espace est mémoire et émergence, c'est-à-dire modelage incrémental des expériences fugitives, impressionnistes et rugueuses, que nous faisons de notre environnement, de ses distances, de son étendue, de ses repères : nous effectuons des séquences filmées, non des instantanés archivables.* » (Piveteau, 1982, p. 65). De cette façon, « *[à] développer cette relativisation et ce décryptage temporels, nous donnerons davantage d'épaisseur à la lecture que nous faisons de nos représentations spatiales ; et nous l'affinerons.* » (Piveteau, 1982, p. 65).

C'est ainsi que dans un premier temps, j'ai pensé que les stéréotypes perceptifs propres aux individus permettaient de cristalliser la situation suite aux réaménagements du centre-ville ; l'expérience acquise avant le changement d'affectation de la zone permettait une régulation des comportements post-transformation facilitant l'adaptation à un espace qui, on l'a vu, n'a pas fondamentalement changé. Mais par l'approfondissement de l'observation, l'écoute des individus mis en scène et l'évaluation des comportements les jours de manifestation, on peut déduire que cette cristallisation des habitudes et l'acceptabilité du réaménagement est remis en cause par la révélation du véritable potentiel du centre-ville.

Les comportements des sujets ne changent pas, mais la projection des usages potentiels sur l'espace est remise en question engendrant une dualité entre la transformation émergente du modèle réducteur de la réalité par l'expérience de l'environnement propre aux jours de manifestation chez l'individu et son comportement réel sur le terrain, fruit de la cristallisation de son expérience.

Bien entendu, l'observation directe n'apportant qu'une explication fragmentée de la réalité saisie à travers le sens du chercheur, dans un environnement qui est sien, ne saurait se suffire pour répondre à une validité scientifique sans compléments d'autres approches. Mais celle-ci a néanmoins permis de mettre en évidence une série de discours et d'énoncés propres à chaque objet permettant une entrée dans ce système complexe qu'est le comportement humain et la relation homme-environnement.

L'enquête de terrain par observation non-participante a donc permis de comprendre que le réaménagement de la zone du centre-ville a bel et bien modifié objectivement l'environnement étudié mais l'influence de cet aménagement sur la représentation individuelle de l'usager dans son modèle réducteur de la réalité n'a pas changé fondamentalement son comportement – entre désirs latents et habitudes, l'enquête par questionnaire permettra de cerner ces dernières observations.

5.3. Une typologie des usagers dans la compréhension perceptive

La première étape d'analyse statistique a pour objectif d'évaluer chaque espace en confrontant la représentation du paysage urbain bullois aux typologies d'usagers et à l'appréciation de son environnement direct ; il s'agira donc de vérifier si les deux populations présentes sur chaque espace sont semblables ou différentes – et si c'est le cas en fonction de quelles variables – ainsi que les caractéristiques de l'environnement bâti sur chaque pôle et leur appréciation déterminants de la qualité spatiale et son attrait. De par cette comparaison, nous pourrions donc mettre en place les modalités de réponses à l'équation milieu urbain + signes = paysage par la compréhension de « *[...] ce qu'évoque l'objet pour le sujet et ce que le sujet projette sur l'objet.* » (Bailly, 1980, p. 40).

Le découpage quadripartite de cette première analyse confrontera dans un premier temps la perception générale de la ville de Bulle par pondération et regroupement des réponses jugeant de l'appréciation des individus des qualités de la cité entre centre et périphérie : la confrontation des caractéristiques sociodémographiques des deux espaces considérés permettront de rapidement qualifier quelle population est présente sur chaque pôle avant de mettre en avant l'appréciation de la ville de Bulle par les questions 1 à 3 qui seront ainsi complétées par une moyenne numérique qualifiant l'attrait du cadre de vie bullois correspondant à la question 4. Les moyennes obtenues lors de l'évaluation de chaque espace – centre-ville et centres commerciaux – résumant la question 5 permettront de définir les qualités intrinsèques de chaque pôle et ainsi déduire les projections désirées par les usagers sur ces espaces. Enfin, la comparaison des attitudes citadines représentées sur les lieux permettra de mettre en évidence les variables entrant dans le processus de décision menant à fréquenter tel espace plutôt qu'un autre et tester l'hypothèse postulant qu'il y a une différenciation des populations présentes sur l'espace considéré de par une projection d'usages et de désirs variés.

5.3.1. Caractéristiques sociodémographiques de l'échantillon

Le tableau 5.2 présente le profil sociodémographique de l'échantillon sur lequel les analyses statistiques se basent. Constitué de $n = 200$ individus – respectivement 100 personnes interrogées au centre-ville et 100 dans les deux centres commerciaux cumulés – celui-ci va nous servir à esquisser les contours de la population présente sur chaque espace en fonction de leurs caractéristiques sociodémographiques définies dans le présent chapitre, mais également à comprendre les projections individuelles et de groupes sur l'objet d'étude défini dans l'exposé qui va suivre. Le taux de refus de participation à l'enquête est également évocateur des caractéristiques de chaque espace : les personnes interrogées au centre-ville, plus favorable à répondre au questionnaire – environ 60 % de refus – démontre que les individus sont soit plus concernés par la recherche en cours, soit peuvent se permettre de prendre plus de temps dans leur activité en cours pour répondre à mes questions que les sujets interrogés dans les centres commerciaux où le taux de participation n'a guère dépassé les 15-20 %. L'importance des temporalités représentatives de l'ensemble des personnes se trouvant sur le site fût également respectée, mais malheureusement certaines catégories de personnes furent plus difficiles à interroger que d'autres et potentiellement sous-représentée dans l'échantillon final – on pense notamment aux jeunes de moins de 25 ans sur les sites commerciaux majoritairement présents à la pause de midi ne voulant pas participer à l'étude pour cause de repas.

On peut dès lors caractériser – rapidement dans cette partie avant qu'un développement plus étoffé s'en suive – la représentation totale de l'échantillon sur chaque espace. Si celui-ci est relativement semblable pour l'ensemble des variables sélectionnées, quelques groupes se distinguent des autres par une sur/sous-représentativité sur l'une des pôles. Commençons par une simple description de cet échantillon – la corrélation avec les variables issues du questionnaire ne se fera que par la suite dans une seconde analyse statistique permettant une corrélation multivariée.

Si la proportion par genre est parfaitement équivalente au centre-ville, celle observée dans les commerces périphériques, majoritairement destinés à la fonction commerciale, est surreprésentée par les femmes dans une société encore empreinte du *prima* du travail de l'homme. Le centre-ville, caractérisé par une multifonctionnalité plus importante que les sites commerciaux, attirent majoritairement des individus *entre 26 et 65 ans*, tandis que les catégories *25 ans et moins* et *66 ans et plus* sont sous-représentées au centre-ville. La spécificité du pôle périphérique d'achat réside dans la proportionnalité de la variable *65 ans et plus* comparée à celles de *26-45 ans* et *46-66 ans* et une nette sous-représentativité des *moins de 25 ans*.

Au niveau des emplois et des temps d'occupations, les variables qui ressortent sont celles des *étudiants* plus nombreux au centre-ville que sur les centres commerciaux et inversement les *retraités* sont mieux représentés dans les pôles périphériques. Sans la nécessité de faire intervenir une analyse des corrélations, nous pouvons déjà avancés que ces deux variables sont respectivement liées aux populations des *moins de 25 ans* et *plus de 66 ans* : les catégories d'âge fixées dans le questionnaire ayant été réfléchies en fonction de ce phénomène.

Enfin, concernant le temps d'occupation, les *actifs inoccupés* sont étonnamment moins représentés en centre-ville que dans les sites commerciaux tandis que la population ayant la plus forte proportion de son temps occupé est mieux représentée au centre de la cité. Il s'agira donc de définir si cette différence est due à la projection comprenant la multifonctionnalité du centre ou à la praticité d'achats des pôles périphériques.

Tableau 5.2 : Profil sociodémographique de l'échantillon (en nombre de personnes)

| | Centre-ville | Centres commerciaux |
|--|--------------|---------------------|
| Total des personnes | 100 | 100 |
| Hommes | 50 | 41 |
| Femmes | 50 | 59 |
| 25 ans et moins | 13 | 5 |
| 26 - 45 ans | 37 | 35 |
| 46 - 65 ans | 36 | 32 |
| 66 ans et plus | 14 | 28 |
| Niveau de formation | 100 | 100 |
| Diplôme de fin d'étude | 10 | 8 |
| Certificat fédéral de capacité | 34 | 46 |
| Maturité gymnasiale ou professionnelle | 26 | 19 |
| Ecole supérieure ou Bachelor | 18 | 13 |
| Master ou doctorat | 12 | 14 |
| Emplois | 100 | 100 |
| Actifs occupés | 68 | 58 |
| Actifs inoccupés | 2 | 5 |
| Etudiants | 10 | 4 |
| Retraité | 14 | 28 |
| Homme/Femme au foyer | 6 | 5 |
| Temps d'occupation des emplois (y compris étudiants, actifs inoccupés et retraités) | 100 | 100 |
| Actifs inoccupés | 22 | 38 |
| 25 % et moins | 0 | 1 |
| 26 à 50 % | 9 | 5 |
| 51 à 75 % | 11 | 10 |
| 76 à 100 % (et étudiants) | 56 | 43 |
| Variable | 2 | 3 |

En première intention, nous pouvons avancer que nous sommes confrontés à un échantillon relativement homogène dans une comparaison centre-périphérie jouissant de la complémentarité des pôles d'achat dans son comportement commercial. Mais si cette représentativité au niveau des caractéristiques sociales de la population étudiée est qualifiée de plus ou moins semblable malgré quelques écarts, nous verrons dans la suite du travail l'importance de cette variation et que la représentation ainsi que les projections spatiales sur les objets d'étude ne sont pas équivalentes. Rappelons également que nous sommes simplement en présence de variables sociales innées ne traduisant ni perception ni comportement avant corrélation avec les autres variables opérationnalisées tirées du questionnaire.

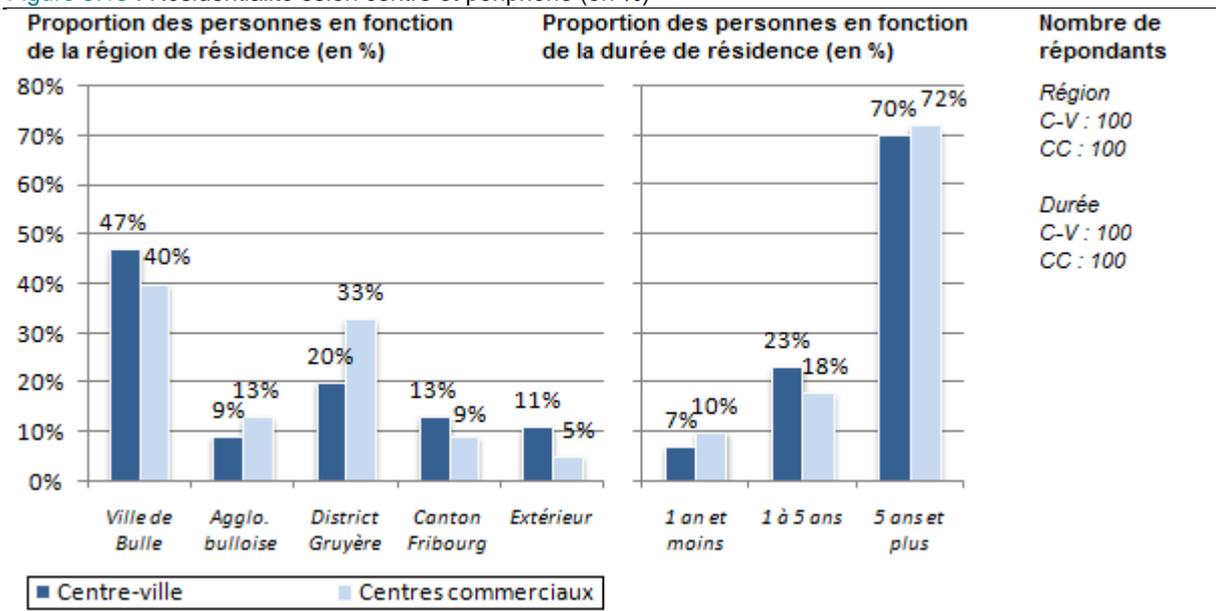
5.3.2. Modes de vie et habitudes : un comparatif des schémas logiques

Précédemment évoqué dans ce travail, le rôle des schémas logiques sont en partie déterminants dans le processus perceptif : résidentialité, besoins, temporalité, mobilité et fréquentations innés ou acquis – compris comme fruit de l'éducation, de la culture ou de l'expérience – participent donc largement à la lisibilité de la ville. Avant de s'attarder à comprendre si le réaménagement semble être devenu une gêne ou *a contrario* une plus-value au sein du cœur de la cité bulloise, l'évaluation des attitudes spatiales individuelles permettra de mieux cerner leurs actions et si celles-ci sont bien à imputer aux changements morphologiques connus.

Ainsi, la figure 5.13 représente le comparatif préférentiel de la composante résidentielle ; les différences les plus marquantes entre les deux espaces considérés sont, d'une part que les centres commerciaux jouent leur rôle de verrou, mais surtout pour la population résidente du district et de l'agglomération, et d'autre part, qu'en sa qualité de cœur de la cité, le centre-ville attire logiquement les populations de la ville de Bulle, mais également celles de l'extérieure du district. On peut ajouter que les résidents de Bulle jouissent de la complémentarité des pôles dans leurs choix commerciaux puisque ceux-ci, fréquentés suivant une proportion plus ou moins égale des deux

populations et dans les rapports les plus importants, sont avant tout destinés aux bullois. La variable *durée de résidence* corrobore mes dires concernant le renouvellement de la population au sein du district gruérien ; la modalité *5 ans et plus* regroupe la majorité de la population tandis qu'une part non-négligeable des individus réside respectivement depuis *moins d'un et cinq ans* dans la région. Cet état de fait ne permet pas de caractériser la fréquentation des espaces étudiés en fonction de populations différentes ; la comparaison des proportions de personnes fréquentant chacun des espaces étant relativement équivalentes entre centre et périphérie, mais permet d'avancer le rôle important que revêtira la variable *durée de résidence* dans la perception de la ville par la suite du présent exposé ainsi que de caractériser l'attrait des localisations et des pôles eux-mêmes.

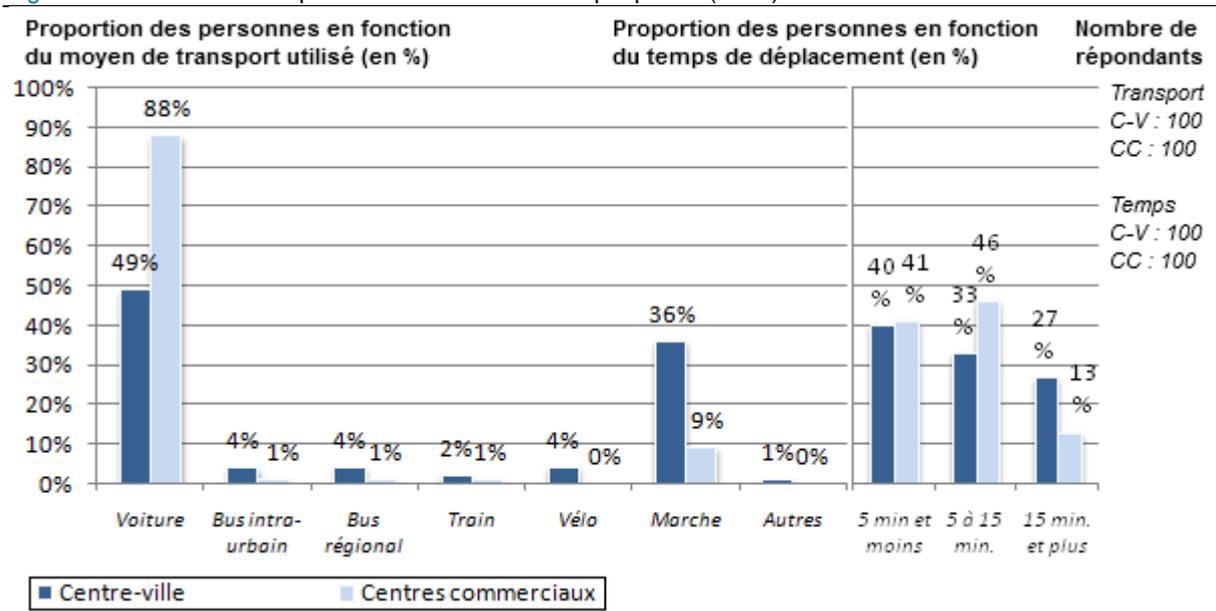
Figure 5.13 : Résidentialité selon centre et périphérie (en %)



Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

Directement corrélée à la première composante identifiée, la mobilité – ici considérée des variables *moyen de transport* et *temps de déplacement* (figure 5.14) – devrait être révélatrice d'une morphologie du Sud fribourgeois constitué de plus de hameaux que de villes à proprement parler, mais également des contraintes tributaires des achats effectués.

Figure 5.14. : Mobilité et déplacements selon centre et périphérie (en %)



Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

Si la proportion d'utilisateurs de moyens de transport individuel est largement majoritaire dans les centres commerciaux (88% contre 49%), celle-ci chute au centre-ville, en partie au profit de la marche. La morphologie spécifique de la Gruyère couplée à la provenance des individus fréquentant les pôles périphériques et le type d'achat – généralement ne pouvant se porter à la main – encouragent cette tendance au développement d'une mobilité motorisée même si une partie non-négligeable des déplacements vers le centre-ville s'effectuent à pied ; les variables précédemment cités induisent donc une analyse des schémas logiques plus complexe qu'il n'y paraît qui serait uniquement empreinte des variables *localisation résidentielle* ou *temps de déplacement* et choix *du moyen de transport*. De plus, si nous nous penchons sur la corrélation des deux variables issues de la catégorie mobilité du tableau 5.3 – la faible représentativité des moyens de transport alternatifs, à savoir les modalités *transport public, vélo et autres*, permettent d'isoler *la marche* et *la voiture* et déterminer la proportion de chacune d'elle en fonction du *temps de déplacement* – nous remarquons logiquement une forte utilisation de la voiture pour de courts trajets illustrant la proximité spatio-temporelle des lieux fréquentés chez ce type d'utilisateur d'une mobilité motorisée (respectivement 33% au centre-ville et 43% aux centres commerciaux des utilisateurs de voiture font un trajet de 5 min et moins).

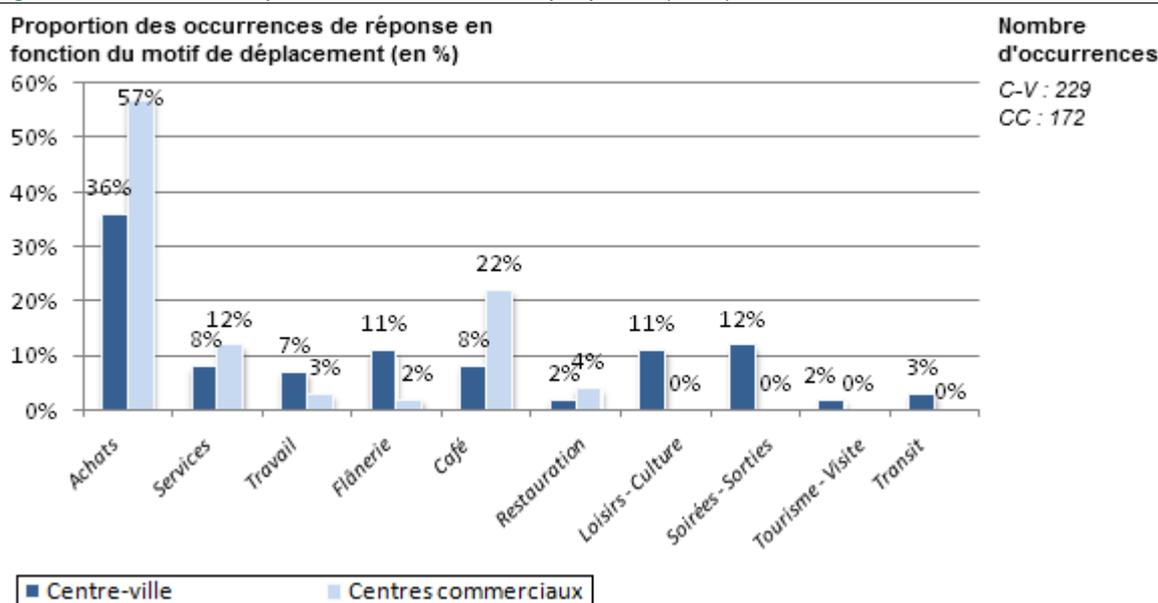
Tableau 5.3 : Proportion des répondants par temps de trajet en fonction des répondants totaux de chaque catégorie de moyen de transport

| | Lieu (nbre de pers.) | 5 min. et moins | 5 à 15 min. | 15 min. et plus |
|----------------|----------------------|-----------------|-------------|-----------------|
| Voiture | Centre-ville (49) | 33% | 30% | 37% |
| | Centres com. (88) | 43% | 43% | 14% |
| Marche | Centre-ville (36) | 55% | 39% | 6% |
| | Centres com. (9) | 33% | 67% | - |
| Autres | Centre-ville (15) | 27% | 27% | 46% |
| | Centres com. (3) | - | 67% | 33% |

Note : les corrélations horizontales et par lignes font foi et non les verticales : comprenez le tableau suivant par l'exemple : 33 % des 49 personnes utilisant la voiture pour se rendre au centre-ville font moins de 5 min de trajet

La compréhension de l'utilisation de la voiture est donc tributaire des motifs explicités plus tôt – à savoir besoin de la voiture pour le transport des achats –, mais peut également s'expliquer par l'expérience individuelle qui empreint l'attitude de l'automobiliste – par habitude et praticité de ce moyen de transport, le sujet ne réfléchira plus au mode de déplacement à disposition et utilisera sa propre voiture par habitude. Pour expliquer ce phénomène, il faudra donc s'intéresser aux *motifs de déplacement* des personnes se rendant sur chaque espace, mais rendre également compte de leur corrélation avec le *moyen de transport* préféré des individus. Attardons-nous dans un premier temps à la qualification de chaque espace considéré en fonction de sa diversité d'activités.

Figure 5.15 : Motifs de déplacement selon centre et périphérie (en %)

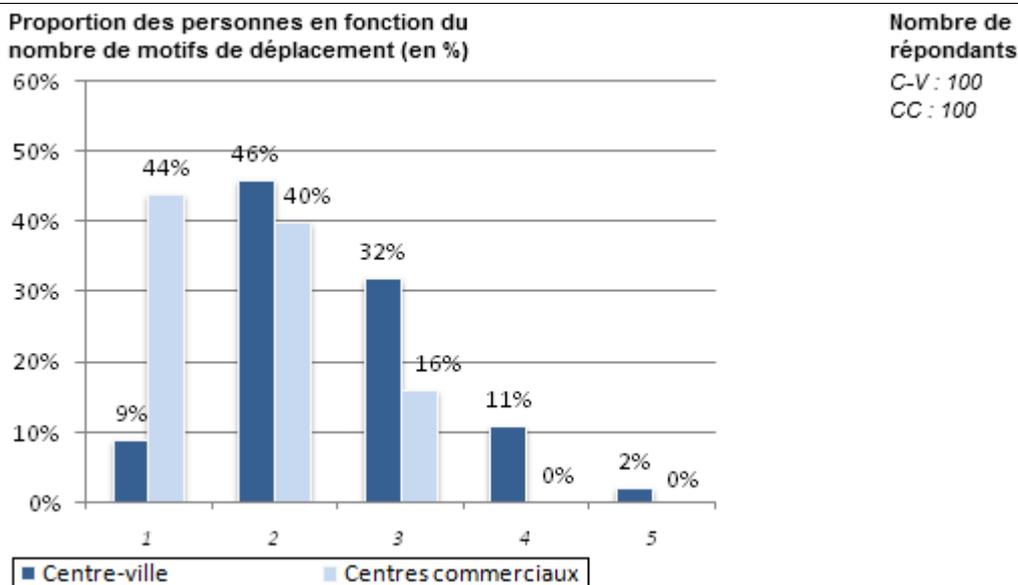


Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

Caractéristiques de la (multi)-fonctionnalité des pôles étudiés, les figures 5.15 et 5.16 nous renseignent donc en partie sur les besoins des personnes se rendant sur chacun des espaces. *Le motif de déplacement* atteint des proportions très importantes pour l'activité commerciale dans chacun des pôles et une meilleure représentativité

des modalités tirées de cette variable permettent de mettre statistiquement en avant la multifonctionnalité du centre-ville. Ainsi une plus forte proportion de déplacement incluant un chaînage d'activités se retrouve logiquement au centre-ville. A noter que si la majorité des individus couple généralement deux activités, que ce soit au centre ou en périphérie, une proportion tout aussi marquée (45%) en réalisent plus au centre-ville alors que nous voyons le phénomène inverse apparaître (44%) dans les pôles commerciaux traduisant l'aspect monofonctionnel desdits pôles chez près de la moitié de ses utilisateurs.

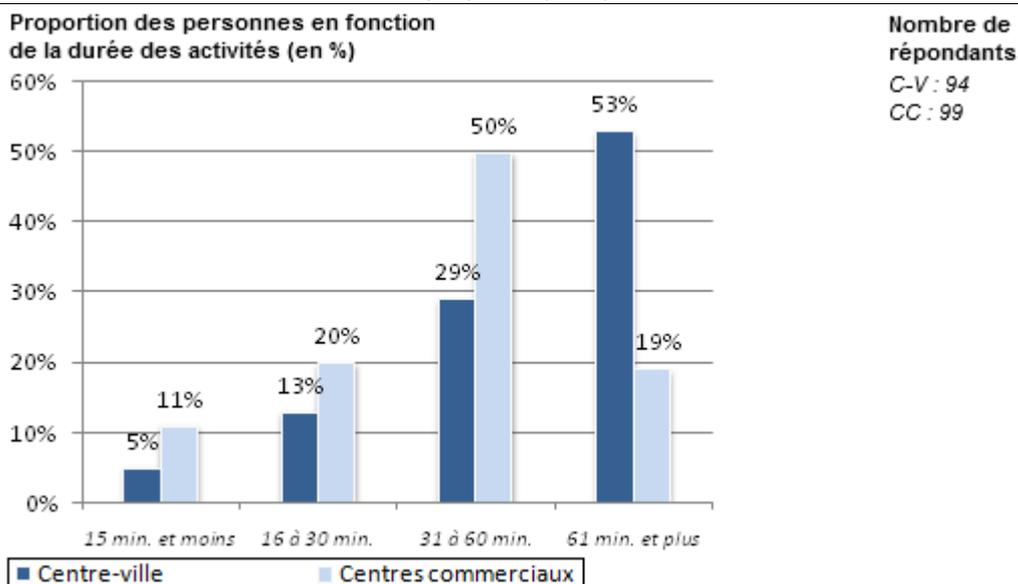
Figure 5.16 : Nombre de motifs de déplacement selon centre et périphérie (en %)



Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

Cet état de fait permet la mise en avant – comme nous l'avons déjà souligné durant la phase d'observation directe – du couplage d'activités commerciales et sociales pour environ les trois quarts des personnes interrogées (le dernier quart comprenant les personnes n'effectuant que l'activité d'achat dans les centres commerciaux) ; la composante de socialisation s'ajoutant à l'activité d'achats induit une période de fréquentation plus longue et ceci se retrouve forcément dans le graphe représentant *la durée de l'activité* selon les deux espaces confrontés (figure 5.17). Plus de la moitié des individus se trouvant en centre-ville consacrent donc plus d'une heure de présence sur le milieu alors que la majorité des personnes fréquentant les centres commerciaux y sont pour environ 30 à 60 minutes. Le centre-ville se veut donc un lieu plus social où les personnes prennent le temps d'effectuer leurs activités.

Figure 5.17 : Durée de l'activité selon centre et périphérie (en %)



Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

A noter également de manière étonnante, et alors que nous l'avions sous-estimé dans la phase d'observation directe, la forte proportion d'individus de 46-65 ans et 66 ans et plus à considérer les centres commerciaux comme un lieu préférentiel pour profiter d'un café (respectivement 23% des occurrences de réponses envers les 46-65 ans et 31% des 66 ans et plus avaient attrait à l'occupation de boire un café dans les centres commerciaux). L'importance sociale des pôles commerciaux – que nous pouvions déjà remarquée dans la figure 5.15 – pour ces classes d'âge est donc à recentrer dans cette analyse, tout comme la monofonctionnalité attribuée en première instance à ces centres ; l'attrait des magasins périphériques réside également dans la socialisation couplée à la nécessité d'achats dans un environnement où la concentration spatiale des produits facilite la manière de consommer.

Tableau 5.4 : Proportion des occurrences de réponse par motif de déplacement en fonction des occurrences totales de chaque catégorie d'âge (en %)

| | Lieu (nbre pers./occ. réponses) | Achats | Service | Travail | Flânerie | Café | Restauration | Loisirs-Culture | Soirée-Soirée | Tourisme | Transit |
|------------------------|---------------------------------|--------|---------|---------|----------|------|--------------|-----------------|---------------|----------|---------|
| 25 ans et moins | Centre-ville (13/33) | 30 % | 9 % | 9 % | 6 % | 3 % | - | 3 % | 33 % | - | 7 % |
| | Centres com. (5/6) | 83 % | - | 17 % | - | - | - | - | - | - | - |
| 26 - 45 ans | Centre-ville (37/83) | 38 % | 6 % | 5 % | 8 % | 13 % | 2 % | 8 % | 14 % | 5 % | 1 % |
| | Centres com. (35/58) | 59 % | 17 % | 7 % | - | 12 % | 5 % | - | - | - | - |
| 46 - 65 ans | Centre-ville (36/81) | 38 % | 6 % | 12 % | 14 % | 7 % | 1 % | 15 % | 5 % | 1 % | 1 % |
| | Centres com. (32/55) | 58 % | 11 % | 2 % | 2 % | 23 % | 4 % | - | - | - | - |
| 66 ans et plus | Centre-ville (14/32) | 34 % | 13 % | - | 16 % | 6 % | 3 % | 19 % | 3 % | - | 6 % |
| | Centres com. (28/53) | 51 % | 8 % | - | 6 % | 31 % | 4 % | - | - | - | - |

Note : idem tab. 5.3 : pour l'exemple 30% des 33 occurrences de réponses sont cités comme motif de déplacement par les 25 ans et moins au centre-ville

Pour en revenir à une relation entre *motifs de déplacement* traduisant cette dualité socio-commerciale et *comportement de mobilité* préférentiel, attardons-nous un instant sur le tableau 5.5, fruit de cette corrélation. Si la plus grande proportion de l'utilisation d'un véhicule motorisé est constitutive du motif achat, que ce soit au centre-ville ou dans les pôles commerciaux, une part non-négligeable (15% et 17% respectivement pour chaque motif) des utilisateurs en voiture fréquente le cœur de la ville pour des activités culturelles ou de sortie-soirée généralement non-conciliables avec un couplage à la fonction commerciale pour des raisons d'horaires – pour rappel l'ensemble des magasins du centre-ville ferment à 18h30 et les centres commerciaux à 19h excepté le vendredi ou ceux-ci prolongent leur activité jusqu'à 21h – tandis que les personnes se rendant à pied sur le centre-ville concilie en partie l'activité d'achat avec la fonction culturelle du centre et ces mêmes sorties en prolongeant leur présence sur le site permettant une activité de détente et de flânerie ; élément à confirmé par la mise en perspective des temporalités de fréquentation des deux pôles.

Tableau 5.5 : Proportion des occurrences de réponse par motif de déplacement en fonction des occurrences totales de chaque catégorie de moyen de transport (en %)

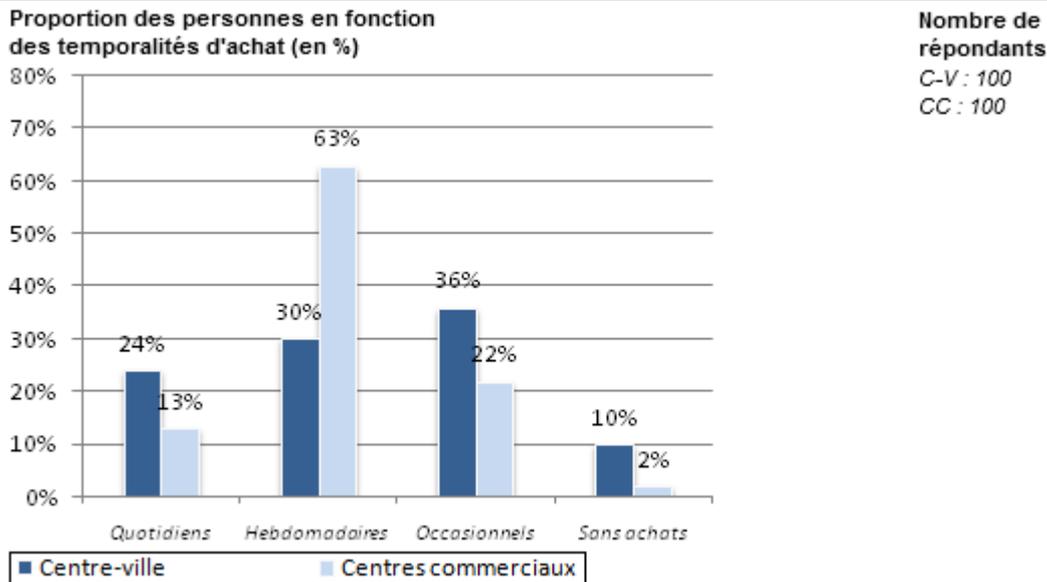
| | Lieu (nbre pers./occ. réponses) | Achats | Service | Travail | Flânerie | Café | Restauration | Loisirs-Culture | Soirée-Soirée | Tourisme | Transit |
|----------------|---------------------------------|--------|---------|---------|----------|------|--------------|-----------------|---------------|----------|---------|
| Voiture | Centre-ville (49/107) | 31 % | 8 % | 8 % | 6 % | 7 % | 3 % | 15 % | 17 % | 4 % | 1 % |
| | Centres com. (88/148) | 58 % | 12 % | 3 % | 3 % | 20 % | 4 % | - | - | - | - |
| Marche | Centre-ville (36/83) | 41 % | 8 % | 5 % | 14 % | 7 % | 1 % | 12 % | 10 % | 1 % | 1 % |
| | Centres com. (9/20) | 45 % | 10 % | 5 % | - | 35 % | 5 % | - | - | - | - |
| Autres | Centre-ville (15/39) | 39 % | 3 % | 10 % | 18 % | 15 % | - | - | 5 % | - | 10 % |
| | Centres com. (3/4) | 75 % | - | 25 % | - | - | - | - | - | - | - |

Note : idem tab. 5.3 : pour l'exemple 31% des 107 occurrences de réponses sont cités comme motif de déplacement en voiture au centre-ville

De plus, l'activité commerciale étant fortement corrélée à la présence de l'automobile, la mise en lien hypothétique lors de la phase d'observation directe entre l'accentuation du trafic motorisé aux heures d'aller et de sortie du travail et celle de fréquentation du centre-ville pour motif commercial peut dès lors être mise en avant ; les cyclicités journalières et hebdomadaires relevées précédemment et apparentées à des contraintes régulant les variables sociales des individus dans leurs temporalités propres serviront donc de base exploratoires dans l'analyse qui va suivre. De ce fait, les variables *fréquence d'achats* ainsi que *temporalités de fréquentation* seront

prises à parti dans la compréhension de la régulation des comportements définissant le choix des espaces fréquentés par le sujet.

Figure 5.18 : Fréquence d'achats selon centre et périphérie (en %)



Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

Ainsi, la figure 5.18 complétée par le tableau 5.6 font état d'une « dualité » logique entre une utilisation de la voiture pour des achats majoritairement hebdomadaires à occasionnels et les individus se rendant sur le site à pied y allant de manière plus fréquente (tab. 5.6). De plus, concernant les deux espaces à proprement parler, nous pouvons constater que le centre-ville attire des personnes de toute fréquence tandis que les sujets rencontrés dans les pôles commerciaux préfèrent s'y rendre majoritairement de manière hebdomadaire (64%), encore une fois, les *motifs de déplacement* peuvent en partie expliquer ce phénomène.

Tableau 5.6 : Proportion des répondants par temporalités d'achats en fonction des répondants totaux de chaque catégorie de moyen de transport (en %)

| | Lieu (nbre de pers.) | Quotidiens | Hebdomadaires | Occasionnels | Sans achat |
|----------------|----------------------|------------|---------------|--------------|------------|
| Voiture | Centre-ville (49) | 8 % | 20 % | 53 % | 18 % |
| | Centres com. (88) | 11 % | 64 % | 23 % | 2 % |
| Marche | Centre-ville (36) | 50 % | 30 % | 17 % | 3 % |
| | Centres com. (9) | 11 % | 67 % | 22 % | - |
| Autres | Centre-ville (15) | 13 % | 60 % | 27 % | - |
| | Centres com. (3) | 67 % | 33 % | - | - |

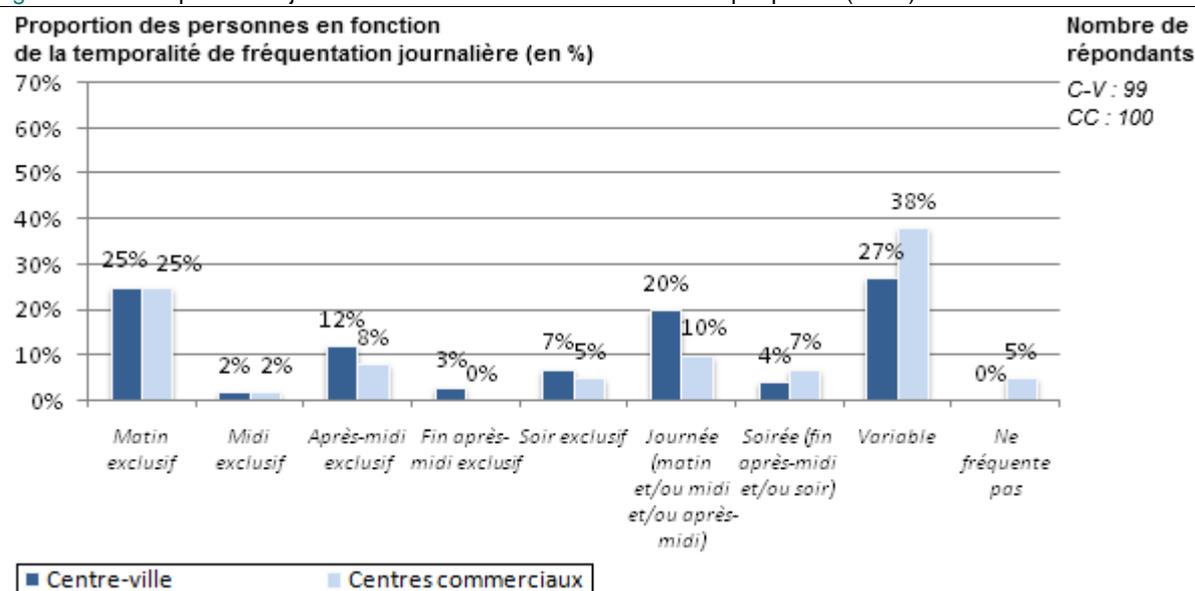
Note : idem tab. 5.3 : pour l'exemple 8% des 49 répondants fréquentent le centre quotidiennement avec comme moyen de déplacement la voiture

Afin de mieux mettre en évidence les temporalités journalières dans la fréquentation des espaces résumées dans les figures 5.19 et 5.20, nous avons préféré interroger les répondants sur leurs habitudes temporelles sur les deux lieux d'enquête – la complémentarité fonctionnelle des deux pôles favorisant la présence des individus sur les deux sites rend la question légitime et réalisable.

Les personnes interrogées au centre-ville (figure 5.19) ont des réponses similaires quand à leurs périodes de fréquentation des sites contraintes par la liberté temporelle dont elles jouissent. Comprenez par là que peu importe la période de fréquentation déterminée, celle-ci sera la même s'ils doivent se rendre au centre-ville ou dans les pôles commerciaux ; le choix des temporalités se fait donc en fonction des disponibilités non-occupées par le travail et non par l'attrait de l'un des deux centres à un moment déterminé. Malgré une proportion élevée de personnes venant *le matin*, la prépondérance de la modalité *variable* s'explique donc logiquement par le propos que je viens de tenir. Les différences nettes entre les proportions rencontrées entre centre(s)-ville et commerciaux pour les personnes interrogées au centre-ville sont elles aussi facilement définissables : les plages horaires proposées étant plus longues, les répondants sont des personnes dont les périodes de liberté sont plus flexibles ou également plus étirées tout en gardant certaines habitudes, c'est pourquoi celles-ci n'ont pas répondu

par la modalité *variable*. De plus, si nous voulons mettre en avant certaines plages horaires fréquentées, nous remarquons de suite que la présence des individus *le matin* et à un horaire variable pourraient participer au phénomène d'engorgement de la Grand-Rue accentué par le trafic de transit.

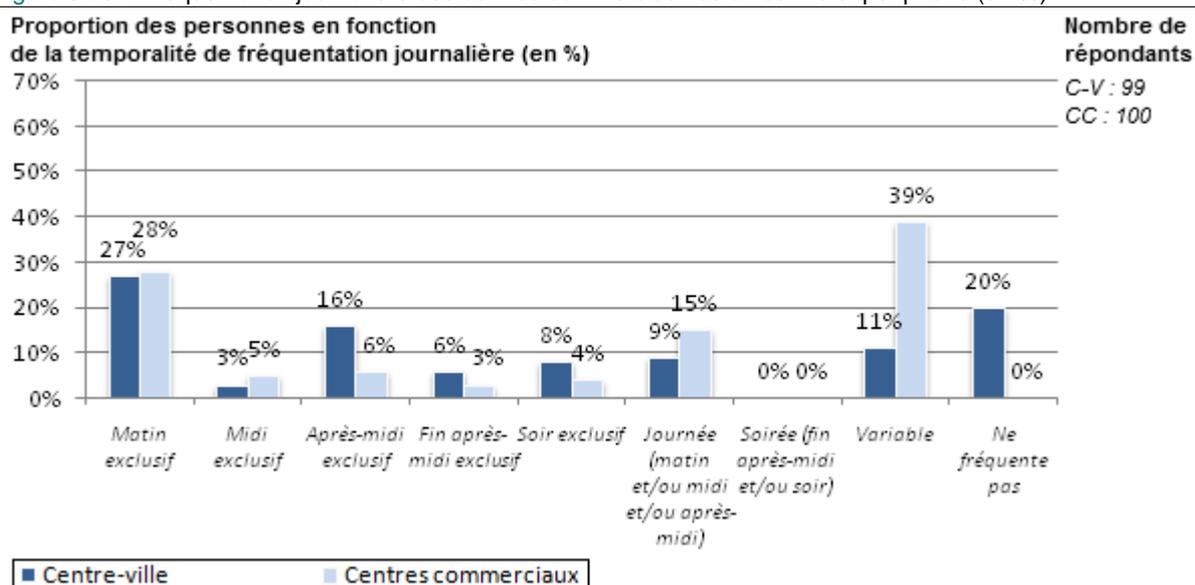
Figure 5.19 : Fréquentation journalière du centre-ville selon centre et périphérie (en %)



Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

La logique explicative développée plus tôt peut être reportée aux personnes interrogées dans les centres commerciaux (fig. 5.20), mais quelques nuances sont tout de même à apporter. La différence entre centre et périphérie est cette fois plus marquée non seulement sur la modalité *après-midi exclusif*, mais également dans des proportions plus importantes sur la modalité *variable* ; l'explication pouvant résider dans le fait que les personnes dont l'activité d'achat passe en première importance, l'effectuent, dans un souci de rapidité, dans les centres commerciaux et fréquentent le centre-ville pour d'autres motifs ou les effectuent ailleurs, ce qui expliquerait la grande proportion des individus présents dans les commerces périphériques ne fréquentant pas le cœur de la ville.

Figure 5.20. : Fréquentation journalière des centres commerciaux selon centre et périphérie (en %)

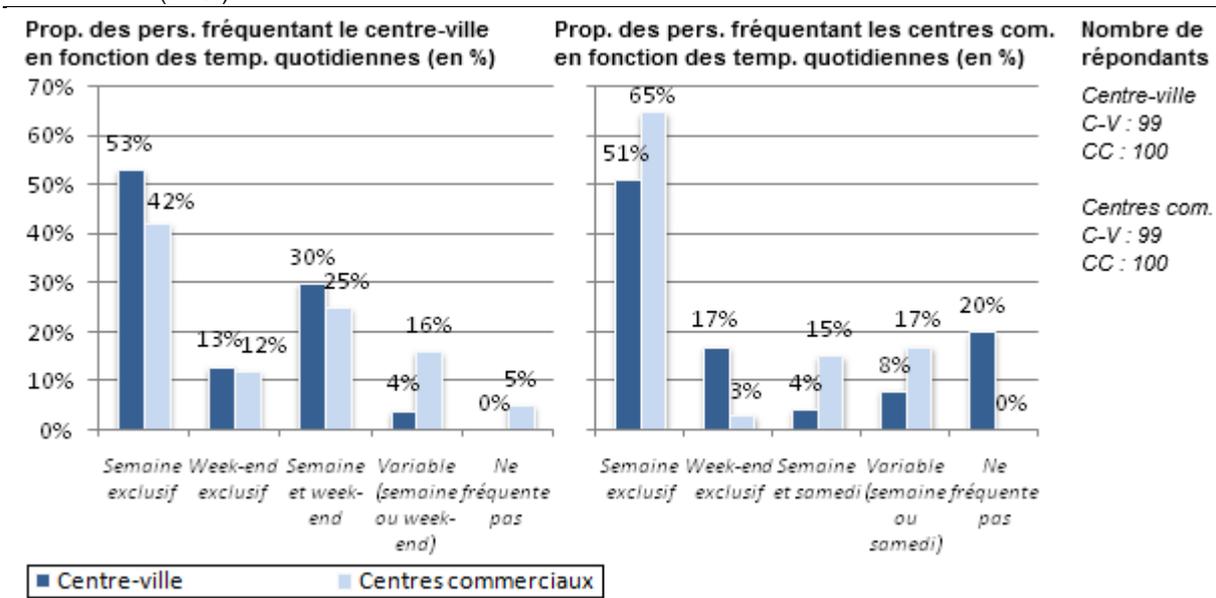


Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

Enfin, concernant les *temporalités de fréquentations hebdomadaires* (figure 5.21), l'attractivité externe à la ville de Bulle, notamment dans la réalisation des activités de loisirs se fait ressentir puisque la majorité des personnes

interrogées, peu importe le site, préfèrent se rendre dans l'un des deux centres en *semaine exclusivement*. Pourtant, une partie non-négligeable des personnes interrogées dans un pôle commercial fréquente le centre-ville en *week-end exclusivement*, démontrant également en partie l'attrait du centre-ville durant le week-end. A *contrario* des graphes représentant la fréquentation journalière, le présent graphique démontre une hétérogénéité plus marquée dans les choix de déplacement dans l'un des deux pôles pour les individus se trouvant dans les centres commerciaux ; les contraintes temporelles couplées aux habitudes jouent là encore leur rôle de barrière, les sujets interrogés dans le centre-ville ayant attribué des plages horaires fixes dans la fréquentation de l'un des centres alors que les personnes interrogées dans les pôles commerciaux fréquentent de manière variée les deux centres. La composante sociale pourrait être mise en avant dans cette différenciation puisque celle-ci, plus forte au centre-ville joue le rôle d'attracteur – on va boire son café ou on détermine son planning en fonction des personnes que l'on désire voir ou des plages horaires plus propices à l'activité sociale qui généralement laisse moins de marge de manœuvre que de simplement aller individuellement faire ses achats.

Figure 5.21. : Fréquentation hebdomadaire du centre-ville et des centres-commerciaux selon centre et périérie (en %)



Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

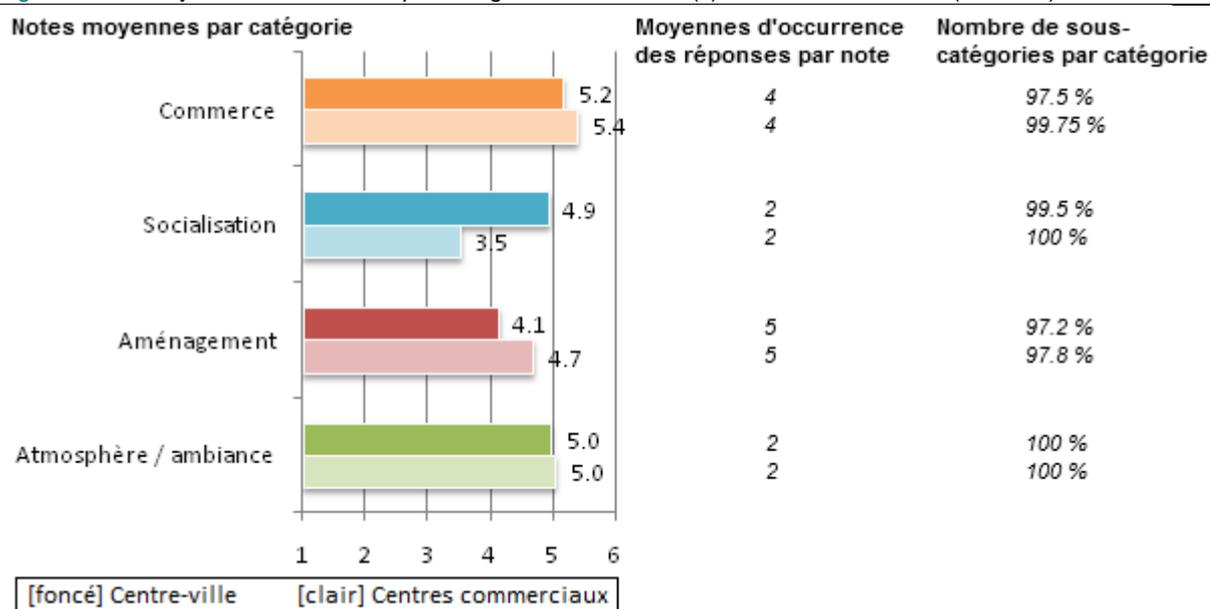
L'importance commerciale dans les schémas logiques est donc largement représentée à la suite de cette analyse. Si elle revêt une importance dans les centres commerciaux, celle-ci n'est pas en reste au sein de l'artère qu'est la Grand-Rue et explique partiellement les attitudes spatio-temporelles des personnes interrogées. Déjà mise en avant durant la phase d'observation directe, la différenciation majeure des populations fréquentant chaque espace résulte moins de leurs caractéristiques sociales propres que des contraintes temporelles qui en découlent dans un comportement prenant acte de la complémentarité fonctionnelle et spatiale des environnements étudiés. Si le centre-ville est magnifié par une composante sociale prépondérante, l'activité commerciale peut être considérée comme le prisme canalisant ce comportement de société dans une logique de maximisation des activités – à ne pas considérer comme une réalisation dans la précipitation, mais simplement le fait de vouloir profiter de l'ensemble de ce qui fait l'attrait du centre-ville – tandis que l'intensité des activités sur les lieux d'achats périphériques est inverse en privilégiant pour certains la rapidité et la concentration des produits couplé à une pratique sociale de moyenne importance. La distinction des usagers fréquentant chaque espace se traduit donc par les énoncés décrits précédemment favorisant un mode de transport dans la réalisation des activités. De plus, nous devons ajouter que les schémas logiques innés ou hérités favorisent en partie, et en partie seulement le lieu d'achats, puisque l'explication reste encore incomplète sans détermination d'une composante projective modifiant une perception échue de l'expérience et du besoin de réadaptation spatiale.

5.3.3. Cadre bâti, fonctionnalités et espaces de projection : un comparatif des repères et des échelles complémentaire à la compréhension des schémas logiques

Désireux d'évaluer le lien entre l'environnement construit et l'homme, la présente recherche ne peut progresser sans passer par l'évaluation des projections individuelles sur chaque espace mentionné. On l'avait déjà

déterminé précédemment, la transformation spatiale du centre-ville s'est opérée par une volonté de réappropriation piétonnière sensée rendre l'espace propice à une réalisation d'usages multiples dans un contexte de rentabilité commerciale. De ce fait, l'évaluation de ce réaménagement passera tout autant par ce qu'évoque l'espace au sujet et ce que ce dernier projette sur l'environnement. Ainsi, la figure 5.22 présente synthétiquement la moyenne des appréciations par notation de 1 à 6 de chaque composante – non-exhaustive – que l'individu évalue lors de sa présence sur les différents espaces. Les facteurs commerciaux et sociaux déterminés plus tôt y sont présents en complément des composantes urbaines d'aménagement de l'environnement et de l'atmosphère que dégage le lieu pour le sujet. A première vue, les principales distinctions sont le fait des composantes *socialisation* et *aménagement* tandis que les facteurs *atmosphère* et *ambiance* restent très proches. La moyenne plus basse obtenue au centre-ville en ce qui concerne l'*aménagement* peut, à première vue choquée, tout comme la note résultant de la composante *ambiance* dans les centres commerciaux, mais ceci trouvera une explication dans le développement de ces catégories projectives en sous-catégories et la mise en perspective des occurrences de réponses par note dans la suite de la présente analyse, mais l'exigence citadine envers le centre-ville peut déjà être mise en avant dans l'explication de ces résultats. De plus, il faut considérer que chaque espace fût évalué en fonction des personnes présentes sur chaque site et uniquement pour l'espace où elles se trouvaient ; les personnes interrogées au centre-ville ont donc attribué une notation concernant celui-ci et inversement dans les centres commerciaux. Le choix de l'échelle numérotée de 1 à 6 fût décidé en fonction de la familiarité qu'ont les individus de ce système de notation (tiré du système scolaire fribourgeois) ; jugé d'un caractère d'un lieu est déjà assez difficile sans que l'échelle soit un obstacle de plus.

Figure 5.22. : Moyenne des notations par catégories entre centre(s)-ville et commerciaux (note 1-6)

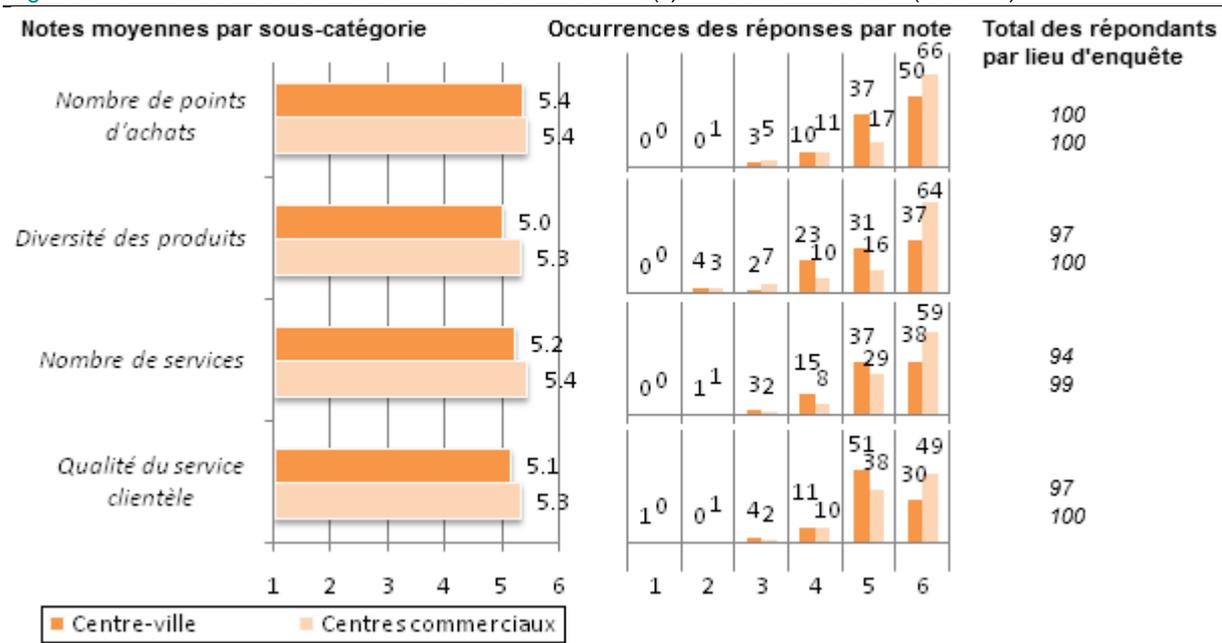


Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

La composante commerciale, définie par les sous-catégories *nombre de points d'achats*, *diversité des produits*, *nombre de services* et enfin *qualité du service clientèle*, ne rencontre que peu de nuance entre les deux espaces considérés (figure 5.23). La « faute » à une diversité commerciale présente au sein du cœur de la cité couplée au grand nombre de services déterminés sur le lieu. La *qualité du service clientèle*, où nous aurions pu attendre une différence, est également équivalente dans les deux pôles ; ceci s'explique par la complémentarité d'un accueil effectivement sympathique – pour avoir fréquenté de (très) longues heures ces deux centres lors des phases d'observation et d'enquête, je peux moi-même en attester – et des exigences citadines moins importantes vis-à-vis des centres commerciaux.

La projection des activités commerciales est donc complètement respectée sur les deux sites en corrélation avec les bonnes moyennes obtenues tributaires des occurrences fréquentes des notes 5 et 6.

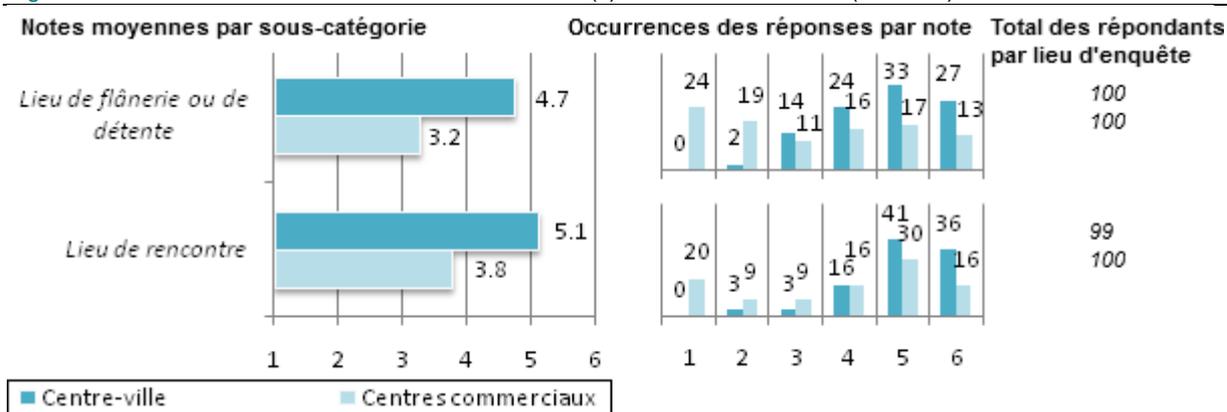
Figure 5.23. : Notation de l'activité commerciale entre centre(s)-ville et commerciaux (note 1-6)



Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

Les différences sont par contre plus marquées en ce qui concerne les espaces considérés comme projections sociales (figure 5.24). Si les centres commerciaux récoltent des moyennes plus basses en ce qui concerne *le lieu de flânerie ou de détente* ainsi que comme *lieu de rencontre*, une proportion non-négligeable de personnes leurs ont attribuées des notes entre 5 et 6 traduisant la forte socialisation que revêtent ces espaces, notamment pour les personnes âgées de 45 ans et plus comme nous l'avons mis précédemment en évidence. *A contrario*, le centre-ville est jugé bon quant à la fréquence des personnes que l'on peut rencontrer autour d'un café ou sur un banc public.

Figure 5.24. : Notation de l'activité sociale entre centre(s)-ville et commerciaux (note 1-6)

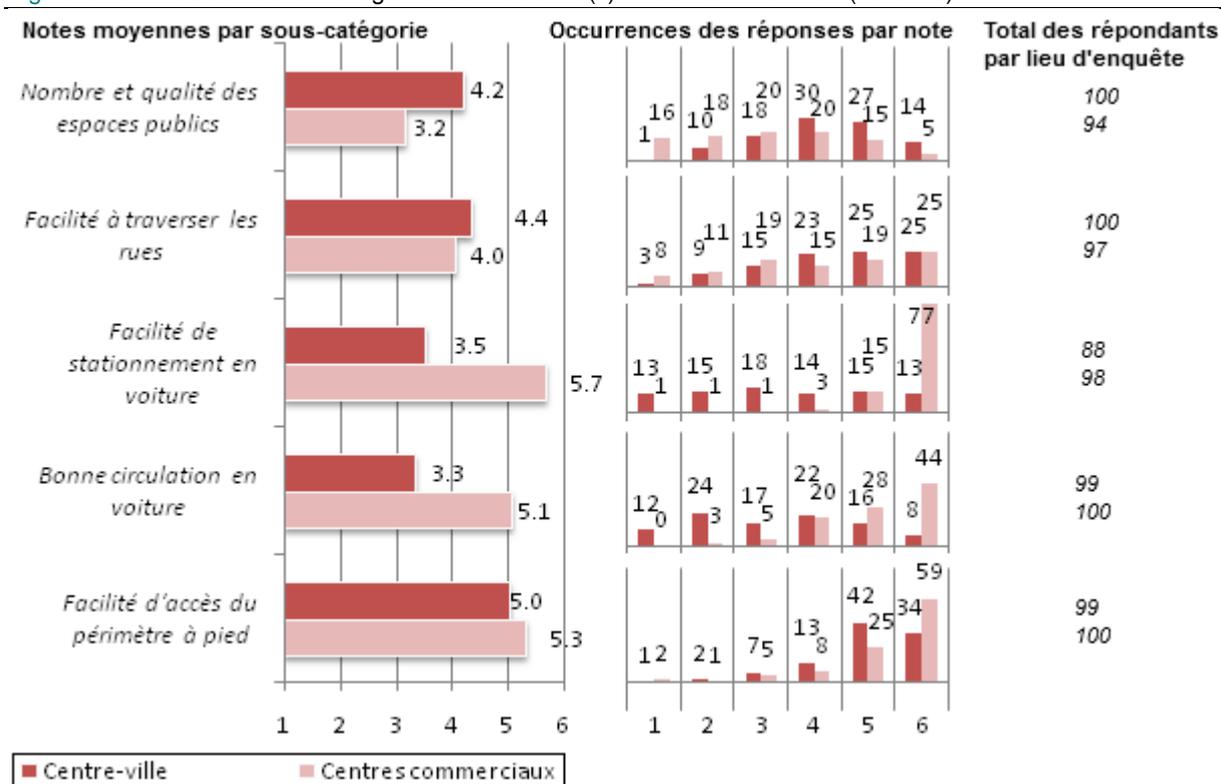


Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

Principal élément de surprise durant cette partie de l'analyse, la composante aménagiste (figure 5.25), définie par les sous-catégories ayant attrait aux espaces publics et l'aménagement circulaire motorisé, permet de mieux cerner la projection générale des usagers par sa mise en lien avec d'autres catégories de représentation. Ainsi, la *qualité et le nombre d'espaces publics*, sont notés suffisant et insuffisant respectivement au centre-ville et dans les centres commerciaux malgré la bonne moyenne obtenue du premier lors de la notation de la composante sociale ; l'aménagement en soi ne permettrait donc pas la réalisation de cette activité, plus influencée par les services, et notamment la restauration et les cafés jugés précédemment comme bon (figure 5.23 et 5.24), mais également par les habitudes et connaissances des personnes présentes sur le site. Les espaces publics étant quand à eux quasi-inexistants dans les zones commerciales, une moyenne de 3.2 peut déjà être qualifiée d'étonnante ; les individus ayant de la peine à différencier le périmètre précis contenant les centres commerciaux,

ils ont partiellement attribué une notation qualifiant en partie les abords extérieurs de ceux-ci contenant des espaces publics. La distinction fondamentale dans la composante aménagement a majoritairement attiré à l'agencement de la circulation en automobile ; jugée insuffisante au centre-ville, elle traduit la dualité entre perception et environnement physique imputé à l'aménagiste et comportement hérité des personnes résidentes. Enfin, il faut noter que l'attribution de la moyenne de 5.3 à la *facilité d'accès au périmètre à pied* dans les deux centres commerciaux est largement influencée par l'utilisation de la voiture individuelle ; comme dégagé auparavant, 88 % des personnes se rendant dans la zone commerciale périphérique le font de manière motorisée et n'ont donc aucune connaissance de la facilité d'accès au périmètre à pied excepté celle entrevue par leur pare-brise. Après ces éclaircissements, nous comprenons que la suffisance de l'aménagement du centre-ville comparée aux pôles périphériques s'explique notamment par l'utilisation de la voiture et sa facilité d'accès, mais également par la mono-fonctionnalité des commerces extérieurs ; devant englober une projection réduite ou simpliste des usages citadins, celui-ci peut plus facilement répondre à ces besoins. Le centre-ville quant à lui, multifonctionnel, voit sa moyenne chuté par la complexité projective tributaire de désirs variés et latents ainsi que certaines habitudes.

Figure 5.25. : Notation de l'aménagement entre centre(s)-ville et commerciaux (note 1-6)

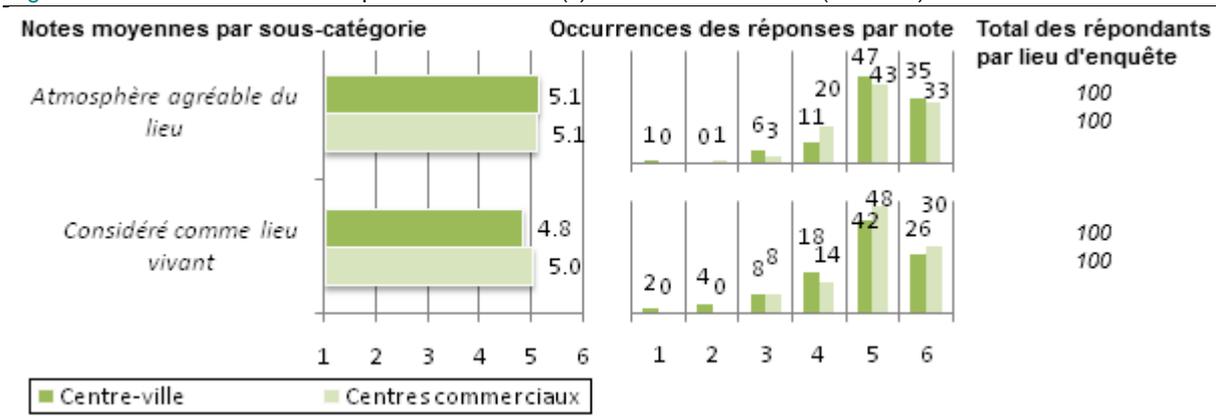


Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

Enfin, concernant la composante *ambiance* (figure 5.26), celle-ci peut être développée suivant la même logique que le paragraphe précédent. L'atmosphère du lieu étant emprunt de caractéristiques reposant notamment sur le nombre de personnes fréquentant les espaces, il n'est pas étonnant que les commerces périphériques obtiennent une si bonne moyenne. Les occurrences de notes les plus basses sont quand à elles, le fruit d'une gêne du véhicule individuel décrit au centre-ville ; ce qui peut être relativement paradoxal, vue le nombre de personnes utilisant ce moyen de transport.

L'effet « *not in my backyard* » est logiquement présent dans un espace multifonctionnel devant composé avec une population plus variée en termes de moyen de locomotion, tandis que les pôles périphériques, par un découpage temporel des modes de transport – comme déjà cité, on parque sa voiture avant de se rendre à pied dans le centre –, évite cette problématique et l'ambiance piétonne en résultant joue en sa faveur.

Figure 5.26. : Notation de l'atmosphère entre centre(s)-ville et commerciaux (note 1-6)



Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

La corrélation des schémas logiques aux repères et échelles qualifiant la projection d'intentionnalité personnelle permet de mieux cerner les conséquences d'un réaménagement d'un espace central. Comme l'a mis en évidence la composante aménagement, la transformation spatiale de la Grand-Rue ne correspond plus, ou en partie plus, à la réalisation des usages citadins dans une complémentarité des différents groupes en présence ; l'analyse statistique a permis de corroborer les propos issus de la phase d'observation postulant que le modèle spatial réducteur de la réalité objective reste majoritairement influencé par l'expérience personnelle tout en y apportant certaines nuances. Bien que les schémas logiques ancrés dans une cristallisation des habitudes soit en partie responsable d'une incapacité projective multifonctionnelle, le cadre bâti, ou plutôt sa transformation et la non-adaptation des schémas logiques à ce changement, concourent au fait que le nouvel environnement devient plus une gêne pour le citadin qu'une réelle plus-value.

La perception de son environnement par le citadin devrait donc contenir cet ensemble d'énoncés rendant compte d'un passé plus « glorieux » d'une ville en changement, et c'est ce sur quoi nous allons nous attarder dans le prochain chapitre.

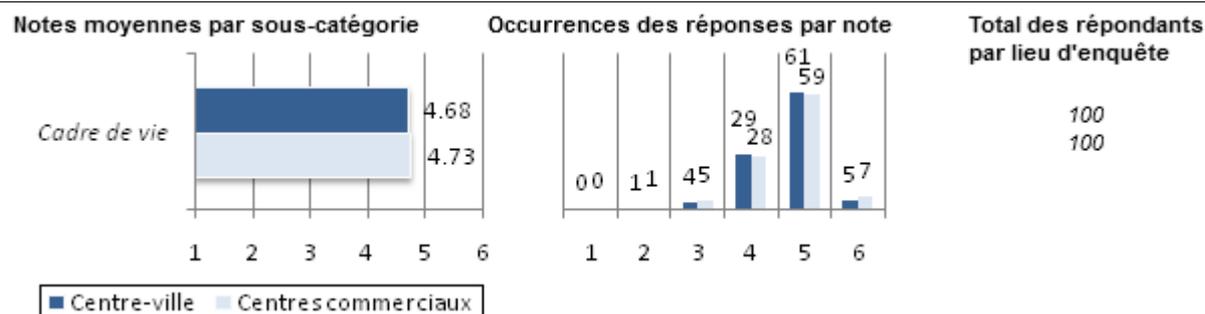
5.3.4. Synthèse 3 : Appréciation de la ville et qualification du paysage urbain perçu

Comprendre un paysage urbain différencié, c'est avant tout comprendre les distinctions des images de la ville attribuées à chaque population selon leur fréquentation des espaces, mais également des projections qu'ont ces individus sur le milieu, composantes essentielles d'une représentation subjective.

Si l'équation définie précédemment – milieu urbain plus signes égale paysage – met en avant la congruence entre homme et paysage, cette même équation, en identifiant les signes spécifiques ou importants de la cité bulloise permettra d'évaluer le paysage urbain tiré des représentations individuelles par addition de la composante environnementale dégagée plus tôt ; ainsi, l'évaluation du lien entre homme et environnement pourra être défini. L'analyse de la partie B du questionnaire, identique à toute personne interrogée peu importe son lieu de présence répondra à cette prérogative dans la compréhension de ce lien.

La figure 5.27 représente les moyennes attribuées au *cadre de vie* bullois en fonction du lieu de fréquentation. On remarque très rapidement, signe d'une population homogène au niveau de la satisfaction entre les deux centres, que les résultats obtenus sont semblables, et que ce soit au niveau de la moyenne elle-même ou des occurrences de réponses par catégorie de notes. Le cadre de vie est donc jugé relativement bon de manière générale, les individus devraient se sentir bien dans la cité bulloise. A noter tout de même une part importante d'usagers (environ 30%) donnant une note suffisante au cadre de vie bullois ; l'amélioration de l'image citadine devra passer par une prise en compte des leurs désirs particuliers.

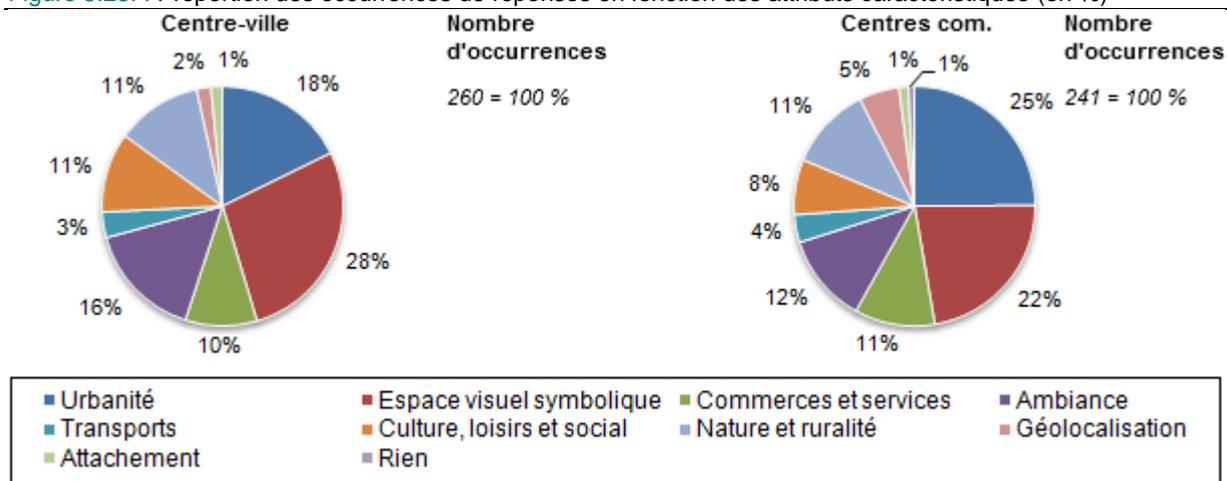
Figure 5.27. : Notation moyenne du cadre de vie bullois en fonction du lieu d'enquête (note 1-6)



Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question

La question « *Quelles sont les éléments caractéristiques de la ville Bulle ?* » permet de dégager les composantes importantes de l'environnement subjectif tant pour la vision et la logique des usagers, que pour la vie sociale, économique et culturelle de la ville. Afin de rendre compte au mieux de ces appréciations citadines tout en permettant une simplification de la multitude de réponses fournies, l'opérationnalisation s'est faite en partant de l'ensemble des réponses récoltées afin de créer les catégories réductrice de cette complexité et non inversement. Ainsi, les figures 5.28, 5.29 et 5.30 regroupent les réponses données en 10 catégories, caractérisant pour le 5.28 la ville de Bulle et son centre-ville, complétés par les tableaux 5.7, 5.8 et 5.9 gardant l'entier de l'information sous forme de proportion des occurrences de réponses données. Nous remarquons déjà qu'excepté les deux première catégories (*urbanité* et *éléments visuels*), l'ensemble des réponses sont relativement équivalentes entre perception de la ville au cœur de la cité et dans les commerces périphériques, et ce pour l'ensemble des éléments qui vont suivre. C'est pourquoi le discours présenté s'attardera majoritairement sur les éléments singuliers qui ressortent, mais également sur la mise en perspective des distinctions centre-périphérie au niveau des particularités et non du général.

Figure 5.28. : Proportion des occurrences de réponses en fonction des attributs caractéristiques (en %)



Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question : « *Quelles sont les éléments caractéristiques de la ville de Bulle ?* » pour 260 occurrences de réponse au centre-ville et 241 dans les centres commerciaux (Julien Glasson, 2013)

Parmi les catégories constitutives des composantes de l'environnement, ressortent donc celles ayant trait à *l'urbanité* traduite par une taille de ville à échelle humaine, mais également par une cité en expansion rapide corrélée à un fort développement périphérique, plus marqué dans la perception des individus des centres commerciaux (5.8% contre 2.7%). *Les éléments visuels symboliques* occupent encore une place prépondérante dans la représentation de la cité ; centre-ville, château de Bulle, Grand-Rue et Place du Marché, autant d'éléments historiques et symboliques ancrés dans la monumentalité bulloise participant au caractère spécifique d'une ville influencée par son passé. Résulte une *ambiance* qualifiée de calme, bonne ou encore agréable participant à l'attrait d'une ville conviviale proche de la *nature* et qualifiée de rurale par une partie non-négligeable de la population. Les résidents se rendent donc compte de vivre dans une ville en changement qui fût jusqu'à présent préservée de cette accélération de dynamiques. Par opposition, les éléments ayant attrait à la valeur et au symbole du site sont souvent mentionnés ; caractéristiques des personnes vivant dans la ville depuis un

certain temps, ils traduisent également l'attachement culturel à la région tout entière, puisque si le centre-ville est le symbole de la cité, celle-ci rappelle les valeurs culturelles de toute une région.

Tableau 5.7 : Catégories et sous-catégories de réponses « caractéristiques » (en %)

| | Centre-ville | Centres com. | | Centre-ville | Centres com. |
|---|--------------|--------------|---|--------------|--------------|
| Urbanité | 18 % | 25 % | Espace visuel symbolique | 28 % | 22 % |
| Taille de la ville à échelle humaine | 7.7 | 7.9 | symbolisme du centre-ville | 8.5 | 8.7 |
| ville en expansion rapide | 2.7 | 5.8 | château de Bulle | 9.2 | 2.9 |
| développement périphérique | 2.7 | 1.2 | Grand-Rue et place du Marché | 3.8 | 3.7 |
| omniprésence du béton | 1.5 | 2.1 | architecture du centre-ville | 1.5 | 4.1 |
| espaces publics | 0.8 | 1.7 | musée gruérien | 1.5 | 1.7 |
| aménagement du centre-ville | 0.8 | 1.7 | Architecture des constructions périphériques | 0.8 | 1.2 |
| urbanisme anarchique | 0.0 | 2.1 | monuments | 0.8 | 0.0 |
| végétalisation des rues | 0.4 | 0.8 | place de l'Abbé Bovey | 0.8 | 0.0 |
| pas l'impression d'être en ville | 0.4 | 0.4 | Hôtel de ville | 0.4 | 0.0 |
| ville plate | 0.4 | 0.4 | place du Tilleul | 0.4 | 0.0 |
| ville doratoire | 0.4 | 0.0 | | | |
| communication des autorités à la population | 0.0 | 0.4 | | | |
| urbanisme manquant de vision à long terme | 0.0 | 0.4 | | | |
| Ambiance | 16 % | 12 % | Commerces et services | 10 % | 11 % |
| ville conviviale | 3.8 | 1.2 | concentration et accessibilité aux activités commerciales | 3.5 | 4.6 |
| bonne ambiance dans la ville | 3.5 | 0.8 | cafés et restaurants | 1.5 | 2.1 |
| ville calme | 2.7 | 1.7 | commerce du centre-ville agréable | 1.2 | 1.2 |
| ville agréable | 1.9 | 1.7 | ville commerciale | 1.5 | 0.4 |
| mentalité des gens | 1.2 | 2.1 | expansion des centres com. | 0.8 | 1.2 |
| belle ville | 1.9 | 0.8 | offre en service prépondérante | 0.4 | 0.4 |
| cadre de vie de la ville | 0.0 | 2.5 | service scolaire | 0.4 | 0.4 |
| ville multi-générationnelle | 0.4 | 0.0 | service de santé développé | 0.4 | 0.0 |
| peu de pollution et de bruit | 0.0 | 0.4 | diversité de produit au centre-ville | 0.0 | 0.4 |
| ville chaleureuse | 0.0 | 0.4 | | | |
| ville étouffante | 0.4 | 0.0 | | | |
| propreté | 0.0 | 0.4 | | | |
| Culture, loisirs et social | 11 % | 8 % | Transports | 3 % | 4 % |
| marché folklorique | 3.5 | 2.1 | circulation générale | 1.2 | 0.8 |
| activités culturelles nombreuses | 0.0 | 3.3 | zones 30 km/h pour circulation en | 0.4 | 1.2 |
| activités sportives nombreuses | 1.2 | 1.2 | engorgement général en voiture | 0.8 | 0.4 |
| animation de qualité | 1.9 | 0.4 | circulation du centre-ville | 0.4 | 0.4 |
| offre en loisirs et activités | 1.9 | 0.0 | gestion des stationnements | 0.4 | 0.4 |
| tourisme régional | 1.2 | 0.4 | engorgement en centre-ville | 0.4 | 0.0 |
| vie nocturne | 0.8 | 0.4 | offre en transport public | 0.0 | 0.4 |
| aide sociale | 0.4 | 0.0 | | | |
| Nature et ruralité | 12 % | 11 % | Géolocalisation | 2 % | 5 % |
| Proximité de la nature | 2.7 | 5.0 | ville bien localisée | 1.2 | 3.3 |
| Ville rurale | 3.8 | 2.9 | accès autoroutier aux grandes | 0.4 | 1.7 |
| Proximité de la campagne | 2.3 | 1.7 | ville entre Suisse allemande et Romandie | 0.4 | 0.4 |
| forêt de Bouleyres | 1.2 | 0.8 | | | |
| Paysage | 1.2 | 0.4 | | | |
| Proximité des Préalpes | 0.4 | 0.4 | | | |
| Attachement | 2 % | 1 % | Rien | 0 % | 1 % |
| attachement sentimental à la ville | 0.8 | 1.2 | | | |
| emblème du Taureau | 0.8 | 0.0 | | | |

Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question pour 260 occurrences de réponse au centre-ville et 241 dans les centres commerciaux

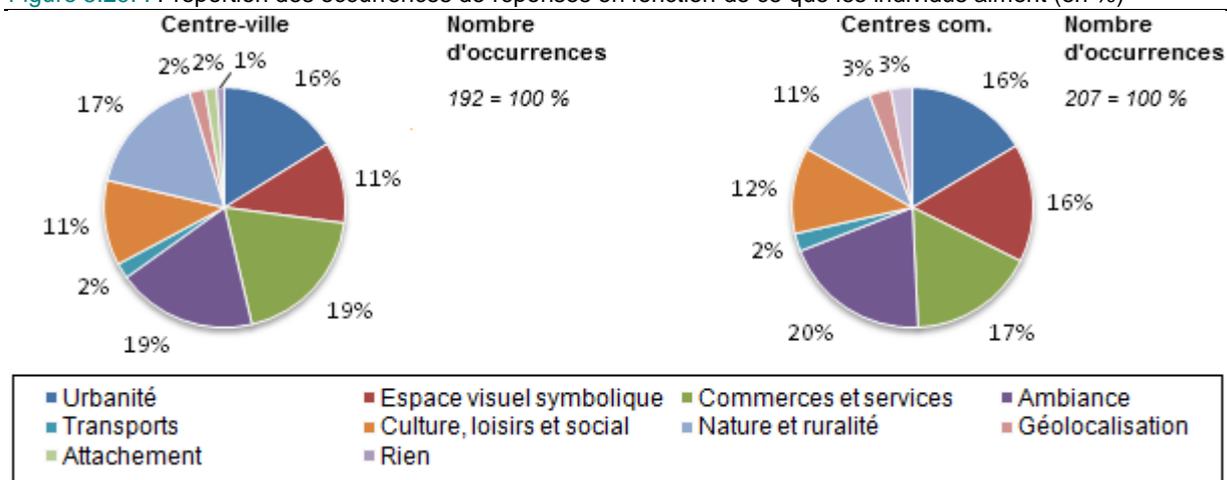
Ainsi, la perception des éléments comme le marché folklorique sont souvent mentionnés dans l'attractivité culturelle de la ville malgré le fait qu'il ne peut être réellement qualifié de folklorique que durant une brève période de l'année. L'accent mis sur la diversité des activités sportives, culturelles et une animation de qualité – bien que leur catégorie d'appartenance soit moins représentée que certaines – fait état d'une animation variée dans la ville permettant aux citoyens de la fréquenter également en dehors de leurs obligations de travail ou d'achats.

Catégorie également bien représentée dans les caractéristiques de la ville, celle ayant trait aux *commerces et services*, se distingue par la représentation d'une concentration et d'une accessibilité commerciale aisée dans la ville, mais également par un attrait des cafés et autres restaurants. Le commerce du centre-ville ressortant comme caractéristique spécifique de la ville de Bulle témoigne de l'intérêt porté au sujet. L'ensemble des formulations ayant trait à ces composantes socio-économiques permettent de mieux cerner la ville, d'en avoir une connaissance plus profonde ; caractérisée par une taille moyenne, elle n'en demeure pas moins une ville active et ce, bien avant la croissance démographique connue ces dernières années et les désagréments qui s'en suivent comme certaines personnes prenant acte du développement de centres commerciaux comme une caractéristique négative.

Enfin, la représentation de la position relative de la cité, présentant pourtant une bonne accessibilité aux villes d'importance régionales et cantonales, n'est que peu mentionnée dans les éléments caractéristiques bullois. La faute à une fréquentation prononcée plutôt régionale ou à une mobilité croissante motorisée permettant aux gens de se déplacer plus loin ; nous ne sommes pour l'instant pas en mesure de répondre à cette question. Les trois catégories restantes sont également peu mises en avant puisque se basant plutôt sur un jugement de valeurs, on s'attend donc à revoir ces éléments en proportion plus importante par la suite de l'analyse.

Nous obtenons ainsi une image de la ville très intéressante et correspondant aux éléments dégagés plus tôt, que ce soit dans la partie portant sur les dynamiques générales de la ville ou celles ressortant de la phase d'observation. Si une grande proportion des occurrences portent sur le développement de la ville et notamment de sa périphérie, d'autres préoccupations entrent en ligne de compte ; la satisfaction de résider ou fréquenter une ville petite à moyenne avec les avantages que cela représente : concentration des services et des lieux d'achats au centre-ville, mais également dans les centres commerciaux, mise à disposition d'une activité culturelle proche d'un patrimoine naturel et varié et enfin magnification du centre-ville comme symbole des éléments cités auparavant. Par contre, un nombre non-négligeable d'éléments n'apparaissant pas devraient également être pris avec considération : absence représentative d'éléments naturels à l'intérieur de la cité, notamment parcs et autres espaces de détente.

Figure 5.29. : Proportion des occurrences de réponses en fonction de ce que les individus aiment (en %)



Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question : « Qu'est ce qui vous plaît dans la ville de Bulle ? » pour 192 occurrences de réponse au centre-ville et 207 dans les centres commerciaux (Julien Glasson, 2013)

Pour poursuivre, nous allons dorénavant mettre en avant le comparatif des éléments appréciés par les personnes interrogées. Là encore, à la question « *qu'aimez-vous à Bulle* », les propositions entre centre-ville et centres commerciaux sont relativement semblables, en tout cas dans leur représentativité des catégories déterminées précédemment. Les seules distinctions frappantes étant une moindre proportion des occurrences de réponses dans la catégorie *nature et ruralité* dans les commerces périphériques, tandis qu'ils présentent plus d'éléments ayant trait aux espaces visuels symboliques que ceux mentionnés par les répondants du centre-ville. De plus, pour permettre une meilleure compréhension de l'agencement de chaque occurrence de réponse dans le classement des proportions de ces mêmes occurrences, le lecteur doit savoir que l'ensemble des éléments mentionnés dans les sous-catégories a été préservé pour les trois tableaux ; les éléments caractéristiques de la ville de Bulle étant généralement favorables, nous pouvons nous attendre à les retrouver également dans les plus

grandes proportions dans les éléments appréciés. Les thématiques représentant les plus grandes proportions des réponses données regroupent donc les éléments ayant trait aux *commerces et services* et à *l'ambiance*, suivis de près par les *espaces visuels symboliques* ainsi que ceux définissant les catégories *urbanité* et *culture et loisirs*. La sur-représentativité de la thématique *nature et ruralité* au centre-ville en perspective avec les commerces périphériques pourraient indiquer une préoccupation plus importante des personnes présentes sur le site pour la conservation de l'aspect de ville rurale attribué à l'environnement bullois, tandis que les pôles périphériques se distinguent par une part plus importante de répondants mettant en avant *les espaces visuels symboliques* ; également signe d'un attachement affectif dans la représentation du centre de la ville ou d'une praticité de l'aménagement réalisé.

Tableau 5.8 : Catégories et sous-catégories de réponses « aime » (en %)

| | Centre-ville | Centres com. | | Centre-ville | Centres com. |
|---|--------------|--------------|---|--------------|--------------|
| Ambiance | 19 % | 20 % | Urbanité | 16 % | 16 % |
| mentalité des gens | 2.1 | 6.3 | Taille de la ville à échelle humaine | 12.0 | 8.7 |
| ville conviviale | 4.7 | 2.4 | espaces publics | 1.6 | 1.9 |
| ville calme | 4.2 | 2.9 | ville plate | 2.1 | 1.4 |
| bonne ambiance dans la ville | 3.1 | 1.9 | aménagement du centre-ville | 0.0 | 2.9 |
| cadre de vie de la ville | 0.5 | 3.4 | ville en expansion rapide | 0.0 | 1.0 |
| ville agréable | 1.0 | 1.4 | pas l'impression d'être en ville | 0.5 | 0.0 |
| belle ville | 0.5 | 1.0 | communication des autorités à la population | 0.0 | 0.5 |
| propreté | 1.0 | 0.0 | | | |
| plaisir de vivre | 0.5 | 0.5 | | | |
| peu de pollution et de bruit | 0.5 | 0.0 | | | |
| ville chaleureuse | 0.5 | 0.0 | | | |
| Commerces et services | 19 % | 17 % | Espace visuel symbolique | 11 % | 16 % |
| concentration et accessibilité aux activités commerciales | 8.3 | 11.6 | symbolisme du centre-ville | 5.2 | 7.7 |
| cafés et restaurants | 5.2 | 1.4 | Grand-Rue et place du Marché | 2.1 | 2.4 |
| commerce du centre-ville agréable | 2.6 | 1.4 | architecture du centre-ville | 2.1 | 1.9 |
| expansion des centres com. | 0.0 | 1.9 | château de Bulle | 1.0 | 1.9 |
| ville commerciale | 1.6 | 0.0 | musée gruérien | 0.5 | 1.0 |
| offre en service prépondérante | 1.6 | 0.0 | place du Tilleul | 0.0 | 1.0 |
| diversité de produit au centre-ville | 0.0 | 0.5 | | | |
| Nature et ruralité | 17 % | 11 % | Culture, loisirs et social | 11 % | 12 % |
| Proximité de la nature | 4.7 | 5.3 | marché folklorique | 2.1 | 4.8 |
| forêt de Boulevres | 5.7 | 1.0 | offre en loisirs et activités | 3.1 | 1.4 |
| Ville rurale | 3.1 | 1.4 | activités culturelles nombreuses | 1.6 | 2.9 |
| Proximité de la campagne | 2.1 | 1.9 | vie nocturne | 3.1 | 1.0 |
| Paysage | 0.5 | 1.4 | activités sportives nombreuses | 0.5 | 1.4 |
| Proximité des Préalpes | 0.5 | 0.0 | animation de qualité | 1.0 | 0.0 |
| Transports | 2 % | 2 % | Géolocalisation | 2 % | 3 % |
| circulation du centre-ville | 1.6 | 0.5 | ville bien localisée | 1.0 | 1.0 |
| offre en transport public | 0.5 | 1.0 | proximité de Fribourg | 1.0 | 0.5 |
| zones 30 km/h pour circulation en voiture | 0.0 | 0.5 | accès autoroutier aux grandes villes | 0.0 | 1.4 |
| gestion des stationnements | 0.0 | 0.5 | | | |
| Attachement | 2 % | 0 % | Rien | 1 % | 3 % |
| attachement sentimental à la ville | 1.0 | 0.0 | | | |
| emblème de la Grue | 0.5 | 0.0 | | | |

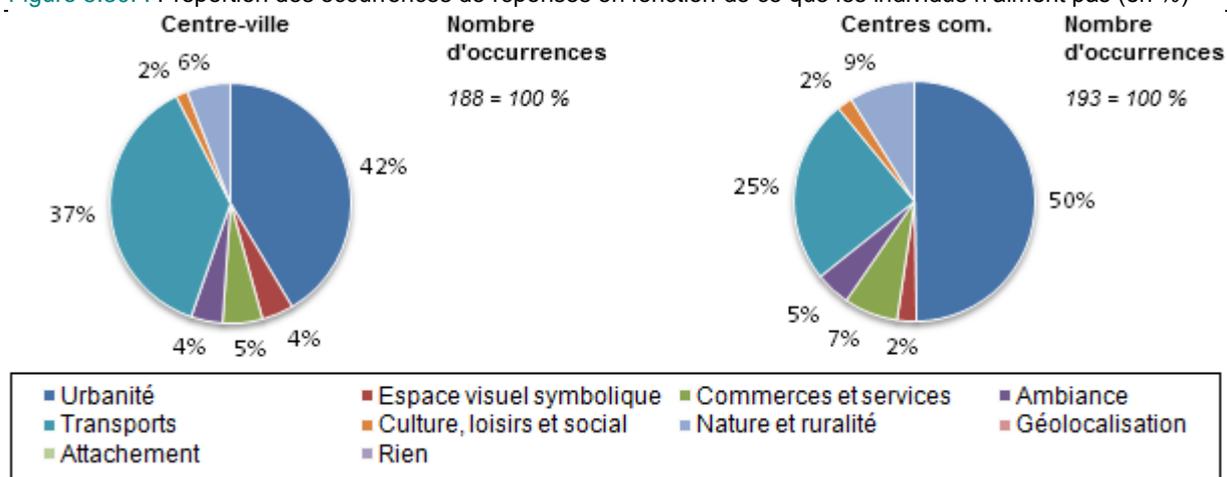
Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question pour 192 occurrences de réponse au centre-ville et 207 dans les centres commerciaux

A l'analyse du tableau 5.8, la perception des éléments représentés dans les thématiques *urbanité*, *culture*, *ambiance* et *commerce* est caractérisée par des distinctions relativement importantes entre les répondants des deux pôles. Ainsi, nous retrouvons *la taille de la ville à échelle humaine* comme fait marquant pour les deux échantillons mais dans des proportions plus importantes au centre-ville et *l'aménagement du centre-ville*, n'entrant aucunement en ligne de compte pour les répondants du centre, est relativement bien apprécié chez les usagers retrouvés dans les pôles commerciaux. Un élément d'explication à avancer serait, pour en revenir au chapitre précédent, une différenciation des projections fonctionnelles du centre-ville entre les citoyens permettant une meilleure appréciation du réaménagement de la Grand-Rue par une population présente dans les commerces périphériques.

Concernant *l'ambiance*, les personnes rencontrées dans les centres commerciaux sont plus enclins à mettre en avant la mentalité des citoyens de la région, généralement qualifiée de conviviale et d'aimable. Là encore, pour poursuivre, le caractère convivial et agréable de la ville touche l'ensemble de l'échantillon dans des proportions relativement égales. L'aspect culturel est évidemment bien représenté par la présence *du marché folklorique*, mais dans des proportions plus importantes dans les commerces périphériques, tout comme *le symbolisme du centre-ville* à relier à la catégorie espace visuel. La perception des interviewés au centre-ville se distingue par une part importante des affinités attribuées à la *vie nocturne*, ainsi qu'une préférence pour l'offre culturelle et sportive qualifiée de diversifiée. Concernant la thématique *nature et ruralité* - bien représentée sur l'ensemble des personnes interrogées -, elle se distingue chez les répondants du centre-ville, encore, par une mise en avant de la proximité de la forêt de Bouleyres (à moins de 10 min. à pied du centre-ville).

Il faut donc remarquer que presque tous les éléments appréciés, ont traits directement au centre-ville historique et sa symbolique en lien avec une taille de ville à échelle humaine emprunte d'un attachement au terroir marqué par une forte présence des aspects culturels et naturels. L'appréciation de la composante commerciale, souvent citée, est à mettre en corrélation directe avec les éléments susmentionnés lui permettant une concentration et une accessibilité rapide influençant grandement son attrait. La part plus importante d'éléments cités définissant ce rapprochement au terroir chez les interviewés des centres commerciaux et un aspect plus fonctionnel de la ville chez les répondants du centre-ville peut s'expliquer par une corrélation de plusieurs schémas logiques qui seront vérifiés dans l'analyse multivariée, mais nous pouvons déjà mettre en avant une magnification de la représentation du centre-ville chez les usagers des commerces périphériques induisant une méconnaissance partielle dudit centre qui serait à mettre en lien avec une utilisation moins fréquente : l'image, renforcée par une symbolique omniprésente dans les schémas logiques des répondants, trouve cette équivalence dans les projections spatiales sur le site du centre-ville, tandis que les répondants se trouvant dans le cœur historique de la ville, connaissant mieux ses propriétés spatiales, s'attardent plus sur l'aspect fonctionnel des espaces bullois. Ajoutez à ces propos, l'influence de la durée de résidence pourrait également entrer en compte puisque, emprunts depuis longtemps de cette logique rurale au quotidien, les répondants du centre-ville mettent en avant les aspects fonctionnels de la ville et inversement pour les personnes résidant dans la cité bulloise depuis moins longtemps.

Figure 5.30. : Proportion des occurrences de réponses en fonction de ce que les individus n'aiment pas (en %)



Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question : « Qu'est ce qui vous déplaît dans la ville de Bulle ? » pour 188 occurrences de réponse au centre-ville et 193 dans les centres commerciaux (Julien Glasson, 2013)

Concernant les éléments qui déplaisent et la question « *qu'est-ce que vous n'aimez pas à Bulle ?* », les thématiques sont nettement plus marquées qu'auparavant ; les catégories *urbanité* et *transports* y ressortent de manière prépondérante, tandis que l'ensemble des thématiques restantes sont sous-représentées. Les préoccupations de l'échantillon sont donc portées sur des aspects ayant traits à l'aménagement urbain et, apparemment, leurs non-conciliation avec les projections citadines sur les espaces considérés. Les distinctions fondamentales entre centre et périphérie sont à imputer à une proportion d'individus « moins mécontents » de l'aménagement urbain et parallèlement relativement « moins satisfaits » des transports dans les commerces périphériques comparé au centre-ville. La première intuition de divergence dans la représentation mentale des usagers peut être corrélée avec la grande proportion des individus motorisés dans les centres commerciaux ;

l'aménagement ayant été pensé contre la voiture au centre-ville, il est logique que ceux-ci ne puissent pleinement l'apprécier. Dans le même ordre d'idées, ces personnes utilisant fréquemment la voiture, n'ont que peu de connaissance des fréquences des transports publics et autres éléments entrant dans la catégorie *transport*, leur jugement est donc altéré par ce manque d'informations.

A l'analyse du tableau 5.9, nous remarquons que la catégorie *urbanité*, englobe une proportion importante de l'échantillon dénonçant *l'aménagement du centre-ville*, mais également l'intensité du *développement périphérique* et le manque d'infrastructures végétalisées caractéristiques *d'une omniprésence du béton*. *La circulation du centre-ville* et générale ainsi qu'une *gestion des stationnements* est à mettre à l'actif des éléments non appréciés des répondants ; plus spécifiquement, *le manque de zone piétonne au centre-ville* et les *zones circulatoires à 30 km/h* ne satisfont pas la population de l'échantillon. En lien avec un développement périphérique rapide, *l'expansion (en surface) des centres commerciaux* est également un élément peu apprécié. Les éléments apportés par cette brève présentation permettent de comprendre que la gestion urbaine, en forte mutations dues aux nouvelles dynamiques présentes, ne correspond pas aux attentes des citoyens. Le développement même de la ville, sans compte le réaménagement, est un élément perturbateur mal perçu par la population ; on peut ainsi s'essayer à esquisser les contours de cette population, par corrélation avec les schémas logiques développés plus haut. La dualité des représentations suite à l'influence de ces nouvelles dynamiques de croissance, déjà discutées dans les points 5.1 et 5.2, sont en partie responsable de cette vision négative apportée au cadre urbain et, par la mise en perspective avec la proportion des répondants ne trouvant aucun défaut à Bulle (7.5% en moyenne sur les deux sites), nous pouvons penser que cette image est à imputer à une population résidente de longue date tandis que les personnes ne trouvant rien à dire sur les éléments négatifs de la ville sont à considérer comme nouveaux résidents.

Tableau 5.9 : Catégories et sous-catégories de réponses « n'aime pas » (en %)

| | Centre-ville | Centres com. | | Centre-ville | Centres com. |
|--|--------------|--------------|---|--------------|--------------|
| Urbanité | 41 % | 50 % | Transports | 37 % | 25 % |
| aménagement du centre-ville | 13.3 | 8.3 | circulation du centre-ville | 9.6 | 9.8 |
| développement périphérique | 8.5 | 9.8 | gestion des stationnements | 8.0 | 6.7 |
| ville en expansion rapide | 3.7 | 9.8 | circulation générale | 6.4 | 2.6 |
| omniprésence du béton | 3.2 | 7.3 | zones 30 km/h pour circulation en voiture | 4.8 | 3.6 |
| manque de zones piétonnes en centre-ville | 4.8 | 4.1 | engorgement général en voiture | 2.1 | 1.6 |
| espaces publics | 2.7 | 5.2 | offre en transport public | 2.1 | 0.5 |
| urbanisme anarchique | 1.1 | 3.1 | coût des stationnements | 1.6 | 0.0 |
| urbanisme manquant de vision à long terme | 1.1 | 1.6 | engorgement en centre-ville | 1.6 | 0.0 |
| ville d'ordinaire | 1.6 | 0.5 | manque de mobilités alternatives | 1.1 | 0.0 |
| urbanisme centré sur le centre-ville | 0.5 | 0.0 | | | |
| communication des autorités à la population | 0.5 | 0.0 | | | |
| végétalisation des rues | 0.5 | 0.0 | | | |
| Commerces et services | 5 % | 7 % | Ambiance | 4 % | 5 % |
| expansion des centres com. | 2.7 | 4.1 | mentalité des gens | 2.1 | 1.6 |
| service scolaire | 0.5 | 1.0 | pollution et bruit | 0.0 | 1.6 |
| diversité de produit au centre-ville | 0.5 | 1.0 | ville étouffante | 0.5 | 0.5 |
| commerce de proximité | 0.5 | 0.5 | vandalisme | 1.1 | 0.0 |
| dangerosité des terrasses du centre-ville | 1.1 | 0.0 | cadre de vie de la ville | 0.0 | 0.5 |
| horaire des magasins | 0.0 | 0.5 | saleté de la ville | 0.5 | 0.5 |
| Espace visuel symbolique | 4 % | 3 % | Culture, loisirs et social | 2 % | 2 % |
| Architecture des constructions périphériques | 3.2 | 2.6 | manifestations et animations | 1.6 | 0.0 |
| Grand-Rue et place du Marché | 0.5 | 0.0 | activités culturelles nombreuses | 0.0 | 1.0 |
| Hôtel de ville | 0.5 | 0.0 | coût de la vie | 0.0 | 1.0 |
| Géolocalisation | 0 % | 0 % | Attachement | 0 % | 0 % |
| Nature et ruralité | 0 % | 0 % | Rien | 6 % | 9 % |

Note : 100 personnes interrogées par lieu d'enquête et par question pour 188 occurrences de réponse au centre-ville et 193 dans les centres commerciaux

Les distinctions fondamentales entre les deux échantillons résident principalement dans l'appréciation du réaménagement du centre-ville. Cités de manière plus fréquente négativement, cette composante est logiquement prépondérante chez les usagers rencontrés au cœur de la cité de par une présence plus accrue. Autre élément plus étrange, la part des personnes n'appréciant pas le développement des centres commerciaux est plus importante dans lesdits centres ; hypothétiquement corrélé à la transformation des pôles eux-mêmes, les répondants des centres commerciaux n'apprécient pas la gêne occasionnée par les travaux – pour préciser cet élément de réponse, bien que l'expansion des commerces périphériques comprennent de nouvelles surfaces à bâtir, elles sont avant tout le fait d'un agrandissement des centres préexistants.

La perception générale de la ville permet donc de corroborer mes dires quand à la différence de personnes se trouvant sur chaque site ; la temporalité et les contraintes sont toujours le moteur de ce fractionnement des populations, mais on remarque également, que ces deux populations ont des images, certes en petite partie, différenciée de la ville en fonction du lieu d'entretien. Par la suite, la mise en perspective des schémas logiques, repères, échelles et perception vont permettre d'apporter les éléments de réponses tributaires du questionnement de la première série d'hypothèse.

Pour résumer, nous avons bel et bien des populations différentes sur ces deux espaces en fonction de leur représentation réductrice de la réalité ; cette dernière dépendant moins des caractéristiques sociales en soi que d'une congruence entre l'expérience, le mode de vie et l'intentionnalité que projette le sujet sur l'espace compris dans le chaînage de l'action. De plus, de par la complémentarité commerciale des deux pôles considérés, couplée aux espaces de projection et schémas logiques, cette différenciation déterminée par la série d'hypothèse A ne permet pas de démontrer *stricto sensu* la fréquentation exclusive selon les usagers d'un centre ou de l'autre ; celle-ci étant plus étendue en fonction des contraintes spécifiques d'une temporalité T et du parcours de vie en général.

L'évaluation du lien homme-environnement est également complexe dans sa définition, mais peut être mise en perspective avec les espaces de projection individuels. Si le centre-ville comprend en partie une multifonctionnalité exploitée, cela dépend logiquement des usagers et de la perception générale de la ville. Nous pouvons, à cette étape, tout de même avancer que la transformation objective de la Grand-Rue a induit une perte de repères et une nécessité d'adaptation des schémas logiques chez la plupart des individus, malgré certaines aménités toujours présentes et plaisantes pour les citoyens. Nous ne pouvons, par contre, pas encore affirmer ou infirmer si la perception des éléments négatifs est le fruit d'une simple perte de repères projectifs ou d'une magnification symbolique du centre en tant que représentation d'une intensité urbaine liée à un modèle réducteur rural.

Ainsi, après avoir répondu à la première série d'hypothèse en dégagant schémas logiques, repères, échelles et perception générale de la ville sur les deux espaces considérés, il nous faudra désormais relier ces variables aux observations individuelles permettant une compréhension de qui se représente quel espace en fonction de quel élément et prouver qu'il y a bel et bien une dualité représentée aux travers des variables âge et durée de résidence dans une population en changement.

L'analyse multivariée apportera donc le dénouement d'une enquête perceptive marquant une gradation dans la réappropriation spatiale du cœur de la cité.

5.4. La territorialité comme déterminant perceptif

Le chapitre précédent a donc permis de déterminer les variables discriminant la représentativité des populations présentes sur les deux sites ; il convient à présent de déterminer la place de ces espaces dans la représentation symbolique fonction du comportement de chaque groupe par corrélation des variables perceptives, celles issues des schémas logiques et celles relevant des caractéristiques sociales de chaque individu afin de mieux cerner les facteurs influençant le schéma de séquençage de l'action. Les comportements pourront ainsi être qualifiés en fonction de l'ensemble des données tirées du questionnaire déterminant le rapport entre espace objectif et subjectif, mais également l'acceptabilité et la conformité du nouvel aménagement en centre-ville.

Pour ce faire, nous effectuerons deux analyses multivariées permettant de quantifier et pondérer l'importance des schémas logiques et des attributs sociaux de chaque individu. Alors que jusqu'à présent considéré comme deux sous-échantillons représentatifs des fréquentations de chaque pôle, les populations seront dorénavant comprises comme un seul et unique échantillon tenant compte du lieu d'enquête par la dénomination d'une nouvelle variable binominale lieu_enquête permis par la complémentarité des pôles entrevue dans la partie 5.3 de l'analyse. Comme déjà défini, les deux méthode d'analyses retenues seront l'analyse en composantes principales rendant compte de l'intensité des relations entre variables par un mode d'agrégation basé sur l'écart-type et celle en composantes catégorielles permettant de mettre en avant les fréquences d'apparition de chaque modalité des variables corrélées. La nécessité d'un recodage de certaines variables sera définie *in fine* dans la partie suivante du travail.

5.4.1. Une perception globale différenciée : la nécessité d'une corrélation perceptive et sociale

L'objet de l'analyse reposant sur l'évaluation du lien homme-environnement au cœur de la cité bulloise ainsi que la détermination du centre comme lieu de requalification des pratiques de consommation de biens et de signes, les chapitres suivants se baseront sur l'utilisation et le développement des données liées à l'appréhension de la pratique du cadre de vie dans la ville déjà mises en forme dans la synthèse 3 de la présente recherche. Ce choix – en plus de s'appuyer sur la base théorique contenue dans le point deux – s'explique par la possibilité, d'une part de travailler sur un échantillon plus grand permis par l'homogénéité des personnes fréquentant chaque espace – 200 personnes au lieu de 100 si nous avons travaillé sur les notes obtenues pour les catégories projectives issues des répondants du centre-ville uniquement –, et d'autre part de mettre en avant un matériel informationnel plus proche des perceptions des sujets plutôt qu'un celui basé sur des choix imposés par le chercheur dans la construction du questionnaire. Les réponses obtenues par corrélation avec les modalités des variables sociales et comportementales du questionnaire permettront de déterminer le cycle du comportement humain présenté dans le schéma du séquençage de l'action (cf. figure 2.4 p. 21). La nécessité d'une agrégation des résultats obtenus au point 5.3.4 devant la variété des éléments cités se fera par l'introduction de six nouvelles variables perceptives – *aménagement, mobilité, commercialité, rurbanité, attachement* et *ambiance* qui seront définis par la suite du travail – prenant la forme de gradations sémantiques visant à réduire l'information sans la dévaluer.

5.4.1.1. Explication du modèle

Pour rappel : « [...] le comportement spatial est une fonction de l'image ; celle-ci représente le lien entre l'homme et son environnement. » (Downs in Bailly, 1980, p. 26). Les processus décisionnels menant à l'action par la prise en compte du sujet de l'ensemble de ses contraintes, motivations ainsi que sa personnalité conditionnant l'acceptation ou le rejet du modèle simplifié du réel défini permet dans le même temps la projection de l'intentionnalité du sujet sur l'objet. Définie précédemment comme partielle et partiale, cette projection est également tributaire des messages donnés par l'environnement ; l'image de la ville englobe donc l'ensemble de ces éléments qui seront triés par le sujet en choisissant de les assimiler ou non à son modèle réducteur de la réalité définissant dans le même temps la stabilité dudit modèle. Donc, malgré la congruence systémique de l'ensemble des variables attrayant au sujet se présentant à lui et entrant dans ce processus menant au comportement, l'analyse en composantes catégorielles permettra de déceler les régularités perceptives individuelles pour les faire émerger au niveau du comportement de groupe en décelant d'une part, la fréquence d'apparition dans les échelles sémantiques des modalités tirées des variables sociales et comportementales mais également de comprendre l'intensité de ces relations par l'intermédiaire de l'analyse en composantes principales ; le tri des éléments entrant dans le modèle sur le territoire considéré est dès lors rendu possible.

Subsistent deux contraintes méthodologiques lors des corrélations entre variables perceptives et sociales et comportementales : premièrement, la complémentarité des deux méthodes nécessitera une conservation du sens étymologique donnée à la gradation des échelles sémantiques dans le recodage mathématique des modalités à entrer dans l'analyse en composantes principales – comprenez par ces propos que la valeur du sens des mots employés entre deux catégories étymologiques « aime pas du tout » et « aime pas » par exemple devra être conservée au niveau mathématique du terme, soit le même écart numérique entre chaque catégorie – et que deuxièmement, comme nous l'avons déjà fait remarquer, les taux d'inertie attendus sur chaque axe factoriel, que ce soit pour la méthode en composantes catégorielles ou principales, seront très faibles, réduisant de ce fait la

force explicatrice du modèle. La prise en compte du minimum possible de variables devra dès lors être envisagée ; il ne s'agira pas pour autant de prendre aléatoirement certaines variables, mais d'opérer un tri sélectif dicté par les analyses précédentes, voire des recoupements de modalités proportionnellement corrélées entre elles dans la même variable pour des effectifs insuffisants tout en gardant le sens de ladite corrélation influençant positivement la variance de l'axe.

Enfin, concernant l'agrégation en soie des variables définissant l'appréhension de la pratique du cadre de vie, l'approche choisie – le recodage de l'information en échelles sémantiques après récolte de données brutes – peut bien entendue être critiquée par les choix subjectifs du chercheur permettant l'agrégation du matériel en variables réductrices, mais l'objectif de la méthode étant avant tout d'éviter une influence des questions sur le répondant, celle-ci semble la plus appropriée. En effet, en évitant de poser directement des interrogations aux personnes interviewées sur des éléments propices à être influencés par les questions elles-mêmes, mais également les mass-médias ou la pression sociale liée à la présence d'un tiers – à savoir le chercheur – la méthode permet de restituer « *au mieux* » l'image que se fait le sujet face à l'appréciation de la ville et plus particulièrement l'aménagement du centre-ville – élément de réponse le plus souvent cité au travers des questions « qu'aimez-vous à Bulle » et « qu'est-ce qui vous déplaît ». Pour l'exemple et en même temps clarifier mon propos, si l'échelle sémantique ayant trait à la mobilité était apparue dans le questionnaire, cela aurait obligé le répondant à se positionner par rapport à l'objet demandé, suggérant de ce fait une réflexion qu'il n'aurait peut-être pas eu en posant la question de manière indirecte « qu'aimez-vous à Bulle ? » ainsi qu'une influence de la réponse par sa seule présence – les personnes interrogées cherchant généralement une « bonne » réponse devant l'intervieweur jugé comme « expert ».

Pour revenir aux choix de création des échelles sémantiques, celles-ci furent réalisées avec la contrainte d'englober l'ensemble des éléments cités dans les tableaux 5.8 et 5.9 du présent travail. Pour ce faire, nous avons commencé par positionner les neuf catégories précédemment définies – à savoir urbanité, espace visuel symbolique, commerces et services, ambiance, transports, culture-loisirs et social, nature et ruralité, géolocalisation, attachement ainsi que l'élimination de la catégorie « rien » – sur les six nouvelles variables avant d'inclure les sous-catégories de chaque grand groupe sur une gradation de 1 à 5 pour chaque échelle avec comme moyenne 3 définissant un niveau d'indifférence à l'objet – celui-ci n'ayant pas été cité comme élément de réponses aux questions ayant trait aux préférences des éléments bullois ou leurs contraires – et chaque pôle traduisant une préférence pour l'adjectif définissant ledit pôle (tab. 5.10).

Tableau 5.10 : Echelles sémantiques perceptives

| Variables | Graduations sémantiques | | | | |
|----------------------|-------------------------|--------------|-------------|-----------------|------------------|
| Graduation num. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Aménagement | aime - - | aime - | indifférent | aime + | aime ++ |
| Mobilité | motorisée ++ | motorisée + | indifférent | durable + | durable ++ |
| Rurbanité | urbanité ++ | urbanité + | indifférent | ruralité + | ruralité ++ |
| Attachement | utilitaire ++ | utilitaire + | indifférent | symbolique + | symbolique ++ |
| Commercialité | expansion ++ | expansion + | indifférent | concentration + | concentration ++ |
| Ambiance | aime - - | aime - | indifférent | aime + | aime ++ |

Préférant une description succincte de chaque nouvelle variable créée à une liste dans le texte, vous retrouverez l'exhaustivité de la méthode d'agrégation à l'annexe 5, mais également la proportion de répartition des individus sur chaque catégorie perceptive.

Ainsi, la variable *perception de l'aménagement* traduit – par regroupement de certaines sous-catégories des thèmes généraux *espaces visuels symbolique, transports et urbanité* – la satisfaction de l'aménagement bullois global incluant le centre-ville. Bien que la totalité de l'aménagement de la ville soit mesurée en fonction de cette échelle, la plupart des éléments cités ayant trait à l'aménagement du centre-ville, cela nous intéresse directement, et ceux mentionnant le développement périphérique restent importants dans la mesure où ils traduisent en partie l'accessibilité audit centre, mais également l'acceptabilité des directions aménagistes entreprises. L'échelle est donc représentée numériquement par des nombres entiers positifs allant de 1 à 5 – comme ce sera le cas pour l'ensemble des gradations numériques – et sémantiquement par des appréciations allant de « aime - - » (pour le nombre entier 1) à « aime ++ » (pour le nombre entier 5) avec comme moyenne 3 marquant l'indifférence. Le groupe de catégories sémantiques se trouvant à gauche de la moyenne regroupe les

sous-catégories des tableaux 5.8 et 5.9 ayant trait à ce qui déplaît aux usagers ; que ce soit en matière de stationnements, d'architecture ou encore d'aménagement pur alors que les éléments situés à droite de l'axe regroupent l'inverse pour les mêmes sous-catégories. Ajouter que la catégorie sémantique « indifférent », et ce pour l'ensemble des échelles, permet, avant corrélation, de résumer l'importance de chaque élément déjà mentionné dans la synthèse 3.

Concernant la variable *perception de la mobilité*, celle-ci fût créée par agrégation de l'ensemble des thèmes généraux *transports* et *localisation* et rend compte des préférences de déplacement des usagers. Se basant sur une échelle sémantique allant de « motorisée ++ » réunissant les sous-catégories ayant trait aux problèmes de stationnements en véhicule motorisé et de circulation générale (pour le nombre entier 1) à « durable ++ » mettant en avant les avantages des mobilités douces ou en transports publics (pour le nombre entier 5) ; la gradation rend de ce fait compte des perceptions de la mobilité dans l'espace gruérien liées à leurs habitudes de déplacement.

Bien que pouvant être potentiellement confondue par le lecteur avec *l'attachement*, la variable mesurant la *perception de la ruralité* a pour objectif de rendre compte uniquement du symbolisme rural liée à l'historicité de la cité. Ainsi, nous retrouvons sur la gauche de l'axe les catégories sémantiques ayant trait à l'urbanité englobant une partie des sous-catégories des thématiques *commerces et services* et *culture, loisirs et social* opposés à la ruralité composée de *l'urbanité, nature* et *culture, loisirs et social*. *L'attachement*, quand à lui, met en opposition une vision pragmatique de la ville traduite par la catégorie perceptive « utilitaire ++ » (pour le nombre entier 1) sur la gauche de la moyenne à une évocation symbolique ou monumentale de la cité représentée sur la droite de l'axe par la graduation « symbolique ++ » (pour le nombre entier 5). L'antinomie sémantique des deux échelles, proches et à la fois distantes, permettra la compréhension de ce qui fait l'identité de la cité.

Dans la continuité d'une pensée visant un fractionnement dichotomique de la représentation de la ville, la variable *perception de la commercialité* fût créée pour mettre en avant la (multi-)fonctionnalité associée à l'espace considéré. Nous retrouvons sur le nombre entier positif 1 de l'échelle numérique la catégorie sémantique « expansion ++ » déterminant la monofonctionnalité territoriale par une prise en compte des sous-catégories *commerces et services* mettant en avant les préférences des usagers des zones à usage unique. Tandis que l'opposé de l'axe (pour le nombre entier 5) renseigne sur la potentielle multiplicité des usages réalisés par la mise en avant de la même thématique *commerces et services*.

Enfin, dernière échelle considérée, la *perception de l'ambiance* reprend le principe de gradation sémantique dictée par la *perception de l'aménagement*. La graduation, visant à évaluer la qualité des aménités proposées aux usagers depuis la thématique *ambiance* – celle déterminée dans le point 5.3 contenant déjà des informations diverses et variées, j'ai préféré ne pas l'agréger avec d'autres thématiques principales. Associée à la gradation numérique 1, la catégorie « aime - - » regroupe les phénomènes nuisibles à l'ambiance d'une ville en développement tandis que nous retrouvons à son opposé ce qui fait le charme de la cité bulloise pour ses usagers.

Après cette brève explication justifiant les choix des variables perceptives, il convient à présent de déterminer les variables comportementales ou sociales retenues. Fort des recommandations contenues dans les chapitres 2 et 3 de la présente étude et des contraintes méthodologiques développées précédemment, le tri s'est porté en faveur de variables capables de représenter la notion de familiarité au milieu urbain (*durée de résidence* et *âge*), mais également d'esquisser les schémas logiques des usagers (*transport utilisé, fréquentation journalière du centre-ville* et *durée de résidence*) en fonction de leurs caractéristiques sociales (*diplôme* et *emploi*) donnant des indications sur la structure du milieu urbain en tenant compte de la dimension et de la culture de l'homme. L'utilisation des variables dégagées dans la synthèse des études behavioristes permet donc d'éliminer certaines variables jugées comme parasites réduisant la force explicatrice d'un modèle déterminé par la suite, et l'agrégation de certaines modalités ayant des occurrences de réponses proportionnelles entre elles permet également d'augmenter la variance des axes en ne réduisant pas l'information de manière aléatoire ; la proportionnalité des occurrences de réponses étant maintenue. En réduisant l'aléatoire *ante-analyse*, on peut espérer mieux contrôler la perte d'informations.

Ainsi, la variable *fréquentation journalière* fût dépouillée des modalités de réponses rencontrant un effectif insuffisant pour analyse – à savoir fin d'après-midi, midi et soirée. Si les deux premières furent agrégées à la

modalité après-midi et la redondance des modalités soir et soirée permis également une réunion, la suppression de la modalité « ne fréquente pas » fût nécessaire devant le faible effectif rencontré et le non-sens d'une agrégation avec une autre modalité. La variable *transport* fût amputée des modalités train, bus, bus intra-urbain et autres agrégées à la modalité vélo rendant compte des mobilités alternatives ou « douces » et gonflant leur effectif. Enfin, l'*emploi* vit la réunion des modalités *hommes/femmes au foyer avec les actifs inoccupés*. De plus, pour le sens donné aux variables, veuillez noter que l'*emploi* rend également compte du temps d'occupation des usagers tandis que celle évaluant *la durée de résidence* permet dans le même temps de définir le lieu d'habitation puisque les effectifs contenus dans la modalité « ne réside pas » sont les usagers habitants hors-district et inversement, ceux ayant une attribution numérique résidant en Gruyère.

5.4.1.2. Définition et estimation du modèle

Comme défini précédemment, le choix des variables à corrélérer s'est arrêté à douze – six jugées comme perceptives et six rendant compte des schémas logiques et de la familiarité des usagers. Le choix d'intégrer directement les variables dans les analyses multivariées vient du même souci de sensibilité des méthodes de corrélation à l'effet de dispersion ; si nous avons directement opéré les analyses par l'intermédiaire des modalités rendant compte des variables retenues, la stabilité du modèle aurait été mise à mal par l'insuffisance de la variance régissant l'analyse. Pour clarifier mon propos, prenons l'exemple d'une corrélation des modalités sémantiques de l'échelle *aménagement* avec les modalités tirées de l'*âge*. Le recodage des modalités en variables binomiales oui = 1 / non = 2 sous-entend que l'individu ne peut appartenir qu'à une seule classe d'âge – 0_25 ans / 1, 26_45 ans / 2, 46_65 ans / 2... – tout comme pour la gradation sémantique – « aime - - » / 1, « aime - » / 2, « indifférent » / 2... Ainsi, la majorité des classes pour une même observation auront une variance moindre due à la force des occurrences de réponses « non » réduisant de fait la variance sur l'ensemble des observations et rendant l'analyse multivariée caduque non seulement par une perte de variance sur chaque axe et de ce fait augmentant leur nombre significativement, mais également en rapprochant les taux de chaque modalité proche de zéro sur les axes factoriels. De ce fait, et comme nous pouvons le remarquer sur les tableaux 5.11 et 5.12, les analyses multivariées corréléreront positivement ou négativement uniquement les variables retenues, ce qui nécessitera la création de tables de contingence pour comprendre la dispersion des modalités en deuxième intention.

De plus, aux vues de la problématique développée et de l'ensemble des biais et inférences que comporte la méthode sans compter le fait de travailler au niveau des individus et non des agrégats statistiques pour les observations, le taux de 0.5 sera défini comme suffisant en tant que facteur de corrélation sur chaque axe.

Les chapitres suivants n'auront pas à vocation à une interprétation directe des résultats des corrélations – réalisée par la suite –, mais dresseront une estimation du type de variable corrélé afin d'évaluer si la pertinence des liens entre familiarité, schémas logiques, déterminants socioculturels entrevus dans la partie théorique valide la congruence des relations trouvées par analyse. Comme nous pouvons l'observer, l'analyse en composantes catégorielles corrèle sur l'axe 1 positivement des variables issues des déterminants sociaux et perceptifs opposées à la variable *perception de la mobilité* rendant compte des liens entre l'expérience du milieu, le temps d'occupation et la perception. L'axe 2 quand à lui détermine la congruence entre l'expérience du milieu et les caractéristiques sociales des individus par l'intermédiaire de l'*âge*, l'*emploi* et *la durée de résidence* tandis que l'axe 3 rend uniquement compte d'une perception de l'aménagement liée à la multifonctionnalité de l'espace considéré. Enfin, l'axe 4 isole la perception de l'ambiance en fonction des temporalités de fréquentation déterminées par les contraintes temporelles des usagers. Nous pouvons donc avancer que la méthode catégorielle rend plus compte des liens entre la familiarité du milieu et la perception que d'une détermination des schémas logiques des sujets.

Tableau 5.11 : Résumé de l'analyse en composantes catégorielles (variance totale 64.04 %)

| PCA | axe 1 : expérience et contraintes temp. | | axe 2 : dualité des populations | | axe 3 : multi-fonctionnalité | | axe 4 : ambiances et conditionnement | |
|----------|---|-------|---------------------------------|------|------------------------------|------|--------------------------------------|------|
| variance | 23.18% | | 16.62% | | 12.56% | | 11.68% | |
| positif | Age | .567 | Age | .642 | <i>Aménagement</i> | .568 | <i>Ambiance</i> | .686 |
| | Emploi | .591 | Emploi | .566 | | | Fréquentation j. | .537 |
| | <i>Rurbanité</i> | .595 | Durée rés. | .585 | <i>Commercialité</i> | .652 | | |
| | <i>Attachement</i> | .582 | | | | | | |
| négatif | <i>Mobilité</i> | -.552 | | | | | | |

L'analyse en composantes principales, quant à elle, corrèle sur l'ensemble des axes les perceptions en fonction des attributs sociaux ou tirés des schémas logiques, ne faisant pas cette distinction que fait la PCA sur les deuxième et troisième axes. L'axe 1 étant dévolu aux liens entre utilité de la ville et niveau de formation, il nous renseigne sur l'importance symbolique de l'espace pour les différentes populations considérées tandis que l'axe 2 met en relation des variables ayant trait uniquement à la mobilité par l'intermédiaire des variables *transports*, *perception de l'aménagement* et *de la mobilité* traduisant la dépendance automobile sur le territoire. Une certaine forme d'occupation journalière marque l'axe 3 sous l'influence d'activités s'effectuant selon différentes temporalités en fonction des contraintes de chaque usager ; *commercialité* et *fréquentation journalière* étant particulière suivant le parcours de vie des personnes interrogées, comme nous l'avions déjà dégager lors de l'analyse par observation non-participante. Enfin, l'axe 4 corrèle positivement les temporalités plus longues à l'ambiance de la ville, également fruit de l'expérience du milieu par l'intermédiaire de la variable *durée de résidence*. L'analyse en composantes principales est donc largement complémentaire à la méthode d'agrégation catégorielle.

Tableau 5.12 : Résumé de l'analyse en composantes principales (*variance totale 51.15%*)

| ACP | axe 1 : utilité professionnelle | | axe 2 : mobilité motorisée | | axe 3 : dualité des temporalités | | axe 4 : ambiances et habitudes | |
|-----------------|---------------------------------|--------------|----------------------------|--------------|----------------------------------|--------------|--------------------------------|-------------|
| variance | 14.68% | | 12.77% | | 12.33% | | 11.37% | |
| positif | <i>Attachement</i> | .725 | <i>Aménagement</i> | .708 | <i>Commercialité</i> | .537 | <i>Durée rés.</i> | .698 |
| | | | <i>Mobilité</i> | .677 | <i>Fréquentation j.</i> | .616 | <i>Ambiance</i> | .653 |
| négatif | Diplôme | -.702 | Transport | -.565 | Age | -.565 | | |
| | | | | | <i>Rurbanité</i> | -.553 | | |

Note : résultats obtenus après rotation « varimax »

La distinction fondamentale entre les deux analyses qui mettent en avant cette complémentarité – liée au fait des mécanismes d'agrégation eux-mêmes régissant les corrélations – repose donc sur le type de variables mises en relations. La PCA renforçant des variables de même type – schémas logiques entre eux, perceptions entre elles... – tandis que l'ACP lie ces différents types de variables en fonction d'une thématique plus ou moins précise selon les axes. De par la mise en place de tables de contingences rendant compte de l'image de la ville en fonction des différentes typologies d'usagers, nous pourrions définir en quoi l'ensemble des ces variables sociales, mais également perceptives influencent la représentation de l'aménagement du centre-ville. Les structurants moteurs des typologies urbaines seront de fait corrélés aux structurants culturels définissant la relation entre l'homme et son environnement et rendant possible une analyse du paysage subjectif bullois.

5.4.2. Interprétation des résultats : déterminants sociaux, perceptions et comportements

L'analyse en première intention d'une chronologie axiale se prête peu à la mise en évidence des corrélations logiques tirées de l'analyse, c'est pourquoi j'ai préféré m'émanciper de cette logique formelle pour une forme de logique catégorielle rendant mieux compte des liens entre objet et sujet. Tout comme les préférences retenues lors de l'analyse par observation, l'unification des discours perceptifs autour de l'aménagement auront plus vocation à rendre compte de son évolution perpétuelle en fonction des temporalités et des contraintes des utilisateurs plutôt que de vouloir l'émergence d'une définition stricte de l'objet.

5.4.2.1. Analyse en composantes catégorielles : une corrélation des schémas logiques et des perceptions

L'analyse des résultats débutera donc par la compréhension de répartition des croisements de modalités des variables sur chaque axe factoriel pour la PCA – ayant une agrégation plus spécifique – avant de s'attarder sur celles de l'ACP mettant en lien ces spécificités avec une approche plus généraliste.

PCA Axe 2 : âge, emploi et durée résidence (positifs)

Le tableau 5.13 et plus généralement l'axe 2 renseigne sur une composition sociale de l'échantillon. Si les retraités sont logiquement les personnes de plus de *66 ans* – n'ayons pas peur d'enfoncer des portes ouvertes – nous retrouvons le reste des classes d'âge principalement chez les actifs occupés, en tenant compte de la forte proportion d'étudiant contenu dans la catégorie des *25 ans et moins* (50 % pour un effectif initial de 18

personnes). A noter également la forte proportion d'*actifs inoccupés* par rapport à la catégorie des 46-65 ans. Jusqu'ici peu de surprises concernant la composition de l'échantillon qui suit les mécaniques générales d'évolution sociétale ; âge de la retraite et population estudiantine se retrouve en proportion convenable dans la population étudiée.

Tableau 5.13 : Répartition par emploi en fonction de l'âge (en %)

| âge x emploi | actifs occupés | actifs inoccupés | étudiants | retraités | effectifs (en pax) |
|-----------------|----------------|------------------|--------------|--------------|--------------------|
| 25 ans et moins | 50.0% | 0.0% | 50.0% | 0.0% | 18 |
| 26 à 45 ans | 82.2% | 9.6% | 8.2% | 0.0% | 73 |
| 46 ans à 65 ans | 76.1% | 14.9% | 0.0% | 9.0% | 67 |
| 66 ans et plus | 11.9% | 0.0% | 0.0% | 88.1% | 42 |
| Moyenne | 55.1% | 6.1% | 14.6% | 24.3% | 200 |

Note : 200 répondants (agrégation « actifs inoccupés » et « homme/femme au foyer »)

Ainsi – la variable *emploi* renseignant plus sur le temps de travail que sur le type de travail en soi – nous pouvons déjà avancer que les modalités de la variable *âge* ne sont pas égales devant les contraintes temporelles dans l'expérience de la ville ou des projections spatiales envisagées.

Concernant le tableau 5.14, celui-ci démontre non seulement que la majorité des personnes interrogées résident depuis un certain temps dans la ville de Bulle et influençant de ce fait leur perception par les cyclicités temporelles plus longues, mais également – et chose intéressante – que les proportions des personnes vivant depuis *moins de 5 ans* sont plus importantes sur la catégorie des 26 à 45 ans. Lorsque nous mettons en avant dans la synthèse 1 l'arrivée d'une nouvelle population, celle-ci correspondait donc à l'évolution familiale et sociétale des individus, qui généralement, avec la naissance d'un premier enfant décident de s'installer dans le périurbain ; Bulle étant représenté comme tel pour l'arc Lémanique et la région Berne-Fribourg – rappel des propos de W. Leimgruber – il est logique de retrouver cette dualité des populations dans l'échantillon. Ajouter à cette remarque, que l'intérêt de la cité est également mis en avant par un aspect « touristique » ou de consommation représentée par une forte proportion (20.8 %) de personnes ne résidant pas dans la ville retrouvée sur les deux espaces.

Tableau 5.14 : Répartition par âge en fonction de la durée résidentielle (en %)

| durée rés. x âge | 1 an et moins | de 1 an à 5 ans | 5 ans et plus | ne réside pas | effectifs (en pax) |
|------------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|--------------------|
| 25 ans et moins | 11.1% | 5.6% | 55.6% | 27.8% | 18 |
| 26 à 45 ans | 15.1% | 24.7% | 45.2% | 15.1% | 73 |
| 46 ans à 65 ans | 6.0% | 14.9% | 62.7% | 16.4% | 67 |
| 66 ans et plus | 0.0% | 2.4% | 73.8% | 23.8% | 42 |
| Moyenne | 8.0% | 11.9% | 59.3% | 20.8% | 200 |

Note : 200 répondants

De plus, sans permettre une lecture plus profonde, le tableau 5.15 (complété par le 5.13) permet de corréliser le précédent discours en mettant en avant que ces nouvelles populations exercent une activité rémunérée s'intégrant dans le schéma prédéfini.

Tableau 5.15 : Répartition par emploi en fonction de la durée résidentielle (en %)

| durée rés. x emploi | 1 an et moins | de 1 an à 5 ans | 5 ans et plus | ne réside pas | effectifs (en pax) |
|---------------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|--------------------|
| Actifs occupés | 11.2% | 19.2% | 49.6% | 20.0% | 125 |
| Actifs inoccupés | 5.9% | 11.8% | 70.6% | 11.8% | 17 |
| Etudiants | 6.7% | 6.7% | 73.3% | 13.3% | 15 |
| Retraités | 2.3% | 7.0% | 72.1% | 18.6% | 43 |
| Moyenne | 6.5% | 11.2% | 66.4% | 15.9% | 200 |

Note : 200 répondants (agrégation « actifs inoccupés » et « homme/femme au foyer »)

L'axe met donc en avant deux problématiques déjà développées dans les chapitres théoriques : d'une part l'influence des cyclicités journalières et hebdomadaires sur la perception de l'environnement dans une population

non-homogène régit par des contraintes variées régulant les variables sociales des individus dans leurs temporalités propres et induisant une congruence entre les facteurs psychologiques, sociaux, culturels, économiques et le processus de mémorisation et ces rythmicités et d'autre part, l'émergence des groupes sociaux – sans entrer dans les détails d'une étude exhaustive sur l'appartenance de chaque individu à tel groupe sportif, ethnique... – réagissant les uns sur les autres et sur le milieu. La pression exercée sur le territoire sera donc variable en fonction des populations concernées et la modification de la perception par le changement « morphologique » de la ville sera propre à chaque groupe.

PCA Axe 1 : âge, emploi, rurbanité et attachement (positifs), mobilité (néгатif)

L'axe 1 rassemblant une variance d'environ 23 % est considéré comme le plus explicatif de l'analyse catégorielle. Il lie non seulement trois typologies de perception fondamentales dans la compréhension de l'image de la cité, mais permet en plus une corrélation avec les variables *âge* et *emploi* déterminantes dans la compréhension de l'expérience au milieu. Ainsi, le tableau 5.16 permet de définir la notion de familiarité développée dans la synthèse 1 et de se rendre compte que bien que nous avons pensé que celle-ci était fortement influencée par la *durée de résidence*, la variable s'exprime plutôt à travers celle de l'*âge*, elle-même corrélée à la durée résidentielle dans la précédente explication.

Tableau 5.16 : Appréciation de la rurbanité en fonction de l'âge (en %)

| âge x p_rurbanité | urbain ++ | urbain + | indifférent | rural + | rural ++ | effectifs (en pax) |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| 25 ans et moins | 27.8% | 22.2% | 5.6% | 44.4% | 0.0% | 18 |
| 26 à 45 ans | 2.7% | 13.7% | 26.0% | 39.7% | 17.8% | 73 |
| 46 ans à 65 ans | 0.0% | 14.9% | 19.4% | 40.3% | 25.4% | 67 |
| 66 ans et plus | 4.8% | 7.1% | 7.1% | 57.1% | 23.8% | 42 |
| Moyenne | 8.8% | 14.5% | 14.5% | 45.4% | 16.7% | 200 |

Note : 200 répondants

On note donc une nette différence chez de la perception urbaine chez les *25 ans et moins* qui voient également la ville comme utilitaire (tab. 5.17) tandis que les sujets plus âgés perçoivent l'environnement bullois comme plutôt rural et symbolique. L'importance de la notion d'âge entrevue précédemment se confirme dans cette partie empirique et surtout pour les catégories extrêmes où l'influence de l'expérience au milieu se fait nettement ressentir. L'adaptation à un nouvel environnement et par extension le besoin de se refamiliariser à l'espace pose moins de problème aux individus ayant une expérience réduite du milieu comme cela peut être le cas pour les *26-45 ans* représentant en partie cette population de nouveaux arrivants.

Tableau 5.17 : Appréciation de l'attachement en fonction de l'âge (en %)

| âge x p_attachement | utilitaire ++ | utilitaire + | indifférent | symbolique + | symbolique ++ | effectifs (en pax) |
|------------------------|------------------|-----------------|--------------|-----------------|------------------|-----------------------|
| 25 ans et moins | 0.0% | 44.4% | 22.2% | 27.8% | 5.6% | 18 |
| 26 à 45 ans | 5.5% | 28.8% | 30.1% | 21.9% | 13.7% | 73 |
| 46 ans à 65 ans | 3.0% | 17.9% | 40.3% | 34.3% | 4.5% | 67 |
| 66 ans et plus | 2.4% | 11.9% | 38.1% | 19.0% | 28.6% | 42 |
| Moyenne | 2.7% | 25.8% | 32.7% | 25.8% | 13.1% | 200 |

Note : 200 répondants

Nous pouvons également mettre en avant comme complément explicatif que l'âge déterminant en partie nos besoins, la recherche des biens à l'accomplissement des désirs n'est pas la même en fonction de l'évolution de la période de vie ; la composante utilitaire étant plus vaste chez les jeunes populations, ses besoins sont logiquement proportionnels.

L'ensemble explicatif à apporté au tableau 5.18 est plus vaste et complexe. La mobilité motorisée revêt une part importante dans les habitudes de vie des individus plus âgés, malgré le fait que celle-ci ne soit pas spécialement contrainte en termes de temporalités pour cette catégorie – comme ça peut être le cas pour les actifs occupés ayant des horaires de travail ou même un rythme les poussant vers une mobilité en véhicule motorisé individuel. La compréhension du phénomène peut être détaillée en trois points : premièrement, l'expérience et les modèles acquis sont déterminants dans le processus, les années 1960 marquant la mise en avant de la liberté par le

transport individuel, la classe d'âge des *66 ans et plus* est empreinte de cette logique tandis que la « nouvelle génération », plus soucieuse ou plus informée des nuisances de ce type de mobilité par l'information des mass-médias et autres rend compte de cette évolution sociétale. Dans un deuxième temps, nous pouvons avancer les contraintes financière liées aux populations jeunes ne permettant pas l'acquisition d'un véhicule et enfin, pour revenir aux classes d'âge entre-deux, nous avons déjà déterminé leur évolution familiale et ce rapprochement du périurbain nécessitant généralement l'achat d'une automobile.

Tableau 5.18 : Appréciation de la mobilité en fonction de l'âge (en %)

| âge x p_mobilité | motorisée ++ | motorisée + | indifférent | durable + | durable ++ | effectifs (en pax) |
|---------------------|-----------------|----------------|--------------|--------------|---------------|-----------------------|
| 25 ans et moins | 5.6% | 5.6% | 50.0% | 33.3% | 5.6% | 18 |
| 26 à 45 ans | 4.1% | 30.1% | 42.5% | 17.8% | 5.5% | 73 |
| 46 ans à 65 ans | 11.9% | 22.4% | 47.8% | 10.4% | 7.5% | 67 |
| 66 ans et plus | 16.7% | 33.3% | 45.2% | 2.4% | 2.4% | 42 |
| Moyenne | 9.6% | 22.9% | 46.4% | 16.0% | 5.2% | 200 |

Note : 200 répondants

Les tableaux 5.19 à 5.21 permettent de corrélés le discours précédent et l'application du modèle brossé à la variable *emploi*. Cette dernière étant fortement liée à l'âge comme nous l'avons entrevu sur l'axe 2, il est logique qu'elle suive les mêmes tendances que l'âge. Ainsi, les *étudiants* ont une vision plus utilitaire et urbaine de la ville tandis que les retraités se comportent exactement comme les personnes de *66 ans et plus*. Les *actifs inoccupés* – que nous avons agrégés avec les *hommes / femmes au foyer* – ont également une vision plus rurale de la ville mais ne partagent pas la vision symbolique ; cela peut s'expliquer également par les contraintes temporelles très faibles exercées sur eux et le fait de considérer l'habitat comme périurbain (liée à la composante du parcours familial) avec une concentration d'activité d'une ville dans la cité bulloise.

Tableau 5.19 : Appréciation de la ruralité en fonction de l'emploi (en %)

| emploi x p_rurbanité | urbain ++ | urbain + | indifférent | rural + | rural ++ | effectifs (en pax) |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| Actifs occupés | 1.6% | 16.0% | 25.6% | 39.2% | 17.6% | 125 |
| Actifs inoccupés | 0.0% | 17.6% | 5.9% | 35.3% | 41.2% | 17 |
| Etudiants | 33.3% | 6.7% | 13.3% | 46.7% | 0.0% | 15 |
| Retraités | 4.7% | 7.0% | 2.3% | 60.5% | 25.6% | 43 |
| Moyenne | 9.9% | 11.8% | 11.8% | 45.4% | 21.1% | 200 |

Note : 200 répondants (agrégation « actifs inoccupés » et « homme/femme au foyer »)

Tableau 5.20 : Appréciation de l'attachement en fonction de l'emploi (en %)

| emploi x p_attachement | utilitaire ++ | utilitaire + | indifférent | symbolique + | symbolique ++ | effectifs (en pax) |
|---------------------------|------------------|-----------------|--------------|-----------------|------------------|-----------------------|
| Actifs occupés | 4.8% | 24.0% | 36.0% | 25.6% | 9.6% | 125 |
| Actifs inoccupés | 0.0% | 23.5% | 29.4% | 35.3% | 11.8% | 17 |
| Etudiants | 6.7% | 46.7% | 20.0% | 26.7% | 0.0% | 15 |
| Retraités | 0.0% | 11.6% | 37.2% | 23.3% | 27.9% | 43 |
| Moyenne | 2.9% | 26.5% | 30.7% | 27.7% | 12.3% | 200 |

Note : 200 répondants (agrégation « actifs inoccupés » et « homme/femme au foyer »)

La mobilité motorisée des populations *inoccupées* corrèle les propos précédemment définis tandis que nous pouvons observer que malgré les contraintes temporelles liées au travail, la part des *actifs occupés* en faveur d'une mobilité durable est non-négligeable. Traduisant à la fois une projection des transports publics intra-urbains et de la mobilité piétonne, nous pouvons penser que ces personnes ne doivent pas habiter (trop) loin de leurs lieu de travail permettant la réalisation d'une mobilité alternative à la voiture.

Tableau 5.21 : Appréciation de la mobilité en fonction de l'emploi (en %)

| emploi x p_mobilité | motorisée ++ | motorisée + | indifférent | durable + | durable ++ | effectifs (en pax) |
|------------------------|-----------------|----------------|--------------|--------------|---------------|-----------------------|
| Actifs occupés | 8.8% | 24.0% | 44.8% | 16.0% | 6.4% | 125 |
| Actifs inoccupés | 5.9% | 35.3% | 35.3% | 17.6% | 5.9% | 17 |
| Etudiants | 0.0% | 26.7% | 46.7% | 20.0% | 6.7% | 15 |
| Retraités | 16.3% | 27.9% | 51.2% | 2.3% | 2.3% | 43 |
| Moyenne | 7.7% | 28.5% | 44.5% | 14.0% | 5.3% | 200 |

Note : 200 répondants (agrégation « actifs inoccupés » et « homme/femme au foyer »)

Concernant les corrélations perceptives entre-elles, le tableau 5.22 nous renseigne sur la congruence entre symbolisme monumental et histoire rural de la cité. La forte proportion des corrélations « utilitaire » et « urbain » s'explique par une perception de la ville comme lieu de consommation ou de divertissement tandis que l'aspect paysager et celui lié à la monumentalité prennent le pas dans la représentation rural de la cité. Les effectifs (88 et 40) traduisent également une vision rurale plus largement partagée par la population bulloise de manière générale.

Tableau 5.22 : Appréciation de l'attachement en fonction de la rurbanité (en %)

| p_attachement x p_rurbanité | utilitaire ++ | utilitaire + | indifférent | symbolique + | symbolique ++ | effectifs (en pax) |
|--------------------------------|------------------|-----------------|--------------|-----------------|------------------|-----------------------|
| Urbain ++ | 0.0% | 55.6% | 22.2% | 11.1% | 11.1% | 9 |
| Urbain+ | 14.8% | 48.1% | 18.5% | 18.5% | 0.0% | 27 |
| Indifférent | 2.8% | 13.9% | 61.1% | 11.1% | 11.1% | 36 |
| Rural + | 1.1% | 17.0% | 31.8% | 33.0% | 17.0% | 88 |
| Rural ++ | 2.5% | 20.0% | 30.0% | 32.5% | 15.0% | 40 |
| Moyenne | 4.2% | 30.9% | 32.7% | 21.2% | 10.9% | 200 |

Note : 200 répondants

Le tableau 5.23 démontre en partie le fait que l'utilisation massive de la voiture individuelle est liée à cette vision rurale de la ville. Toutefois, la proportion non-négligeable du croisement urbain-motorisée (22.2 %) s'explique par le fait que la consommation nécessite également l'utilisation de l'automobile pour le transport de marchandise comme nous l'avons développé précédemment.

Tableau 5.23 : Appréciation de la mobilité en fonction de la rurbanité (en %)

| p_mobilité x p_rurbanité | motorisée ++ | motorisée + | indifférent | durable + | durable ++ | effectifs (en pax) |
|-----------------------------|-----------------|----------------|--------------|--------------|---------------|-----------------------|
| Urbain ++ | 22.2% | 11.1% | 33.3% | 0.0% | 33.3% | 9 |
| Urbain+ | 0.0% | 18.5% | 44.4% | 22.2% | 14.8% | 27 |
| Indifférent | 13.9% | 25.0% | 38.9% | 19.4% | 2.8% | 36 |
| Rural + | 11.4% | 28.4% | 45.5% | 12.5% | 2.3% | 88 |
| Rural ++ | 5.0% | 30.0% | 55.0% | 7.5% | 2.5% | 40 |
| Moyenne | 10.5% | 22.6% | 43.4% | 12.3% | 11.1% | 200 |

Note : 200 répondants

Enfin, le tableau 5.24, mettant en avant les catégories extrêmes liées à l'attachement, permet en partie d'affirmer qu'il n'y a pas d'histoire de mobilité durable dans la région qui pourrait être rencontrée dans certaines mégapoles ou l'historicité des transports en commun revêt une place plus importante – le cas de Lausanne et son métro pour prendre un cas suisse ou Berlin pour le cas d'une ville internationale. La symbolique de la ville est donc surtout liée à son patrimoine rural.

Tableau 5.24 : Appréciation de la mobilité en fonction de l'attachement (en %)

| p_mobilité x p_attachement | motorisée ++ | motorisée + | indifférent | durable + | durable ++ | effectifs (en pax) |
|-------------------------------|-----------------|----------------|--------------|--------------|---------------|-----------------------|
| Utilitaire ++ | 0.0% | 42.9% | 28.6% | 14.3% | 14.3% | 7 |
| Utilitaire + | 6.5% | 21.7% | 43.5% | 15.2% | 13.0% | 46 |
| Indifférent | 10.1% | 26.1% | 43.5% | 15.9% | 4.3% | 69 |
| Symbolique + | 7.7% | 21.2% | 53.8% | 15.4% | 1.9% | 52 |
| Symbolique ++ | 19.2% | 38.5% | 42.3% | 0.0% | 0.0% | 26 |
| Moyenne | 8.7% | 30.1% | 42.3% | 12.2% | 6.7% | 200 |

Note : 200 répondants

Expérience, contraintes et symboliques historiques déterminent donc le rapport à la rurbanité et à l'attachement et par extension à la mobilité – considérée dans le cas de Bulle comme un moyen et non un symbole. La dualité des représentations liées à l'âge permet la compréhension des perceptions des classes plus jeunes qui voient plutôt la ville comme utilitaire en lien avec le fait urbain et les contraintes financières, mais également lient cette urbanité avec une mobilité durable. Les personnes plus âgées, ayant un fort attachement symbolique à la ruralité en tant que patrimoine et histoire sont conditionnés par les expériences acquises durant leur jeunesse lorsqu'un

développement collectif d'une locomotion durable n'était pas d'actualité. Enfin, la mise en perspective de l'évolution familiale (périurbain) influence également fortement les hommes/femmes au foyer dépendant de l'automobile, elles-mêmes influencées par le parcours de vie.

PCA Axe 3 : aménagement et commercialité (positifs)

Le tableau 5.25 est plus délicat pour analyse ; la forte proportion d'indifférences (133) liée à la commercialité rend les résultats peu fiables sur les autres classes en diminuant fortement leurs effectifs. On peut néanmoins s'intéresser à cette ligne à défaut de pouvoir déterminer avec certitude la répartition sur les autres catégories et remarquer que la mauvaise appréciation de l'aménagement augmente de manière importante les parts des répondants ayant manifesté une indifférence par rapport à la commercialité et la fonctionnalité des espaces considérés. Tandis qu'une bonne évaluation de l'espace au niveau de son aménagement est plus le fait de personnes mettant en avant la multifonctionnalité du lieu.

Tableau 5.25 : Appréciation de l'aménagement en fonction de la commercialité (en %)

| p_aménagement x p_commercialité | aime -- | aime - | indifférent | aime + | aime ++ | effectifs (en pax) |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-----------------------|
| Expansion ++ | 37.5% | 37.5% | 25.0% | 0.0% | 0.0% | 8 |
| Expansion + | 0.0% | 66.7% | 33.3% | 0.0% | 0.0% | 6 |
| Indifférent | 37.6% | 29.3% | 23.3% | 8.3% | 1.5% | 133 |
| Concentration + | 37.5% | 37.5% | 12.5% | 6.3% | 6.3% | 16 |
| Concentration ++ | 32.4% | 32.4% | 27.0% | 8.1% | 0.0% | 37 |
| Moyenne | 29.0% | 40.7% | 24.2% | 4.5% | 1.6% | 200 |

Note : 200 répondants

Le rapprochement avec la logique de la composante mobilité – une réalisation rapide des activités par le rapprochement spatio-temporel que permet la voiture – est possible ; une expansion des zones commerciales, dédiées à l'automobile de par son aménagement, est mieux acceptée pour une population empreinte de cette logique de mobilité motorisée que la transformation d'un espace en zone 30 km/h traduisant la volonté de diminuer l'utilisation du véhicule individuel et par extension devenant une contrainte subjective pour l'usager (cf. ACP axe 2 p. 116)

PCA Axe 4 : ambiance (positif), fréquentation journalière (négatif)

Enfin, l'axe 4 représenté par le tableau 5.26 nous renseigne sur l'attrait résultant de l'ambiance du lieu en fonction des temporalités de fréquentation. Là encore, la variable caractérisée par les sous-catégories *ville calme*, *ville agréable* ou encore *ville chaleureuse* est à rapprocher à l'image d'une petite ville en campagne restituée sur l'échelle sémantique concernant la *rurbanité*.

Tableau 5.26 : Appréciation de l'ambiance en fonction de la fréquentation journalière (en %)

| p_ambiance x fréquentation jour. | aime -- | aime - | indifférent | aime + | aime ++ | effectifs (en pax) |
|-------------------------------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| Matin exclusif | 0.0% | 6.0% | 54.0% | 26.0% | 14.0% | 50 |
| Après-midi exclusif | 0.0% | 11.1% | 29.6% | 25.9% | 33.3% | 27 |
| Soir exclusif | 0.0% | 13.0% | 43.5% | 30.4% | 13.0% | 23 |
| Journée | 0.0% | 10.3% | 27.6% | 27.6% | 34.5% | 29 |
| Variable | 0.0% | 7.7% | 38.5% | 41.5% | 12.3% | 65 |
| Moyenne | 0.0% | 9.6% | 38.6% | 30.3% | 21.4% | 194 |

Note : 194 répondants (suppression de la modalité « ne fréquente pas » et agrégations des modalités « soir » et « soirée » et « midi », « après-midi » et « fin d'après-midi »)

Ainsi, l'ensemble des périodes de fréquentations sont plutôt jugées propice à l'appréciation de cette ambiance participant au renforcement de l'image d'une ville rurale malgré sa forte expansion récente.

5.4.2.2. Analyse en composantes principales : mise en évidence des discours territoriaux

Comme déjà mentionnée, l'analyse en composantes principales permettra d'apporter des précisions quant aux corrélations révélées par l'analyse en composantes catégorielles, notamment au niveau de la perception de la mobilité et des conséquences de celle-ci sur l'image du centre-ville. De plus, afin d'éviter les redondances explicatives tirées de tableaux déjà développés dans l'analyse en composantes catégorielles, ceux ayant trait aux croisements des mêmes variables ne seront pas illustrer.

ACP Axe 2 : aménagement et mobilité (positifs), transport (négatif)

Le tableau 5.27 rendant compte de la *perception de la mobilité* en fonction du transport utilisé au moment de l'entretien peut à première vue paraître contradictoire en soi puisque les répondants se rapprochant le plus d'un mode de déplacement doux tiennent des propos rendant compte d'une mobilité perçue motorisée et inversement pour les usagers en véhicules individuels ; les personnes en faveur d'une mobilité durable étant celles utilisant les transports publics ou les cyclistes. Ainsi, il faut comprendre que les personnes à pied sont constituées d'individus contraints à utiliser ce mode de transport par l'insuffisance – selon les propos retenus par les répondants eux-mêmes – des surfaces de stationnements.

Tableau 5.27 : Appréciation de la mobilité en fonction du transport utilisé (en %)

| transport x p_mobilité | motorisée ++ | motorisée + | indifférent | durable + | durable ++ | effectifs (en pax) |
|---------------------------|-----------------|----------------|--------------|--------------|---------------|-----------------------|
| Voiture | 8.0% | 24.8% | 46.7% | 14.6% | 5.8% | 137 |
| TP et vélo | 5.6% | 16.7% | 44.4% | 27.8% | 5.6% | 18 |
| Marche | 15.6% | 33.3% | 42.2% | 4.4% | 4.4% | 45 |
| Moyenne | 9.7% | 24.9% | 44.5% | 15.6% | 5.3% | 200 |

Note : 200 répondants

La distinction fondamentale entre usagers motorisés et à pied serait donc leur capacité d'un changement modal vers la marche ; d'où la conclusion qui s'impose : les personnes venant en voiture le font par obligation – habitat périphérique – et ceux se déplaçant par la marche peuvent se permettre de le faire par la proximité entre habitat et lieux d'activités.

L'analyse du tableau 5.28 renforce ces conclusions en mettant en évidence les deux groupes antagonistes – marche et voiture – ayant les plus forts pourcentages en faveur de la non-appréciation de l'aménagement inversement à la catégorie *transport public et vélo*.

Tableau 5.28 : Appréciation de l'aménagement en fonction du transport utilisé (en %)

| transport x p_aménagement | aime -- | aime - | indifférent | aime + | aime ++ | effectifs (en pax) |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-----------------------|
| Voiture | 33.6% | 32.1% | 23.4% | 8.8% | 2.2% | 137 |
| TP et vélo | 27.8% | 33.3% | 27.8% | 11.1% | 0.0% | 18 |
| Marche | 44.4% | 31.1% | 22.2% | 2.2% | 0.0% | 45 |
| Moyenne | 35.3% | 32.2% | 24.5% | 7.4% | 0.7% | 200 |

Note : 200 répondants

Les pourcentages élevés contenus sur les catégories « aime - - » et « aime - » des tableaux 5.28 et 5.29 permettent également de mettre en avant les carences en termes de mixité proposé par le nouvel aménagement. Par la réalisation d'une zone 30 km/h encourageant les pratiques de mobilité douce sans pour autant interdire l'automobile, mais la contraignant simplement, les maîtres d'œuvre n'ont clairement pas convaincus l'ensemble des usagers fréquentant le site : non seulement jugés mauvais par les piétons et automobilistes, les choix d'aménagement ne se justifient également pas auprès des utilisateurs des transports publics ou des cyclistes.

Tableau 5.29 : Appréciation de l'aménagement en fonction de la mobilité (en %)

| p_mobilité x p_aménagement | aime -- | aime - | indifférent | aime + | aime ++ | effectifs (en pax) |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-----------------------|
| motorisée ++ | 31.6% | 52.6% | 15.8% | 0.0% | 0.0% | 19 |
| motorisée + | 48.1% | 40.4% | 11.5% | 0.0% | 0.0% | 52 |
| indifférent | 29.7% | 25.3% | 37.4% | 7.7% | 0.0% | 91 |
| durable + | 37.0% | 25.9% | 11.1% | 22.2% | 3.7% | 27 |
| durable ++ | 27.3% | 27.3% | 9.1% | 18.2% | 18.2% | 11 |
| Moyenne | 34.7% | 34.3% | 17.0% | 9.6% | 4.4% | 200 |

Note : 200 répondants

Le facteur « manque de places de stationnements » représenté par la *perception de la mobilité* représente la variable clé dans la compréhension de l'acceptabilité de l'aménagement. Entre mobilité contrainte et carence des mixités typologiques, la zone 30 km/h ne peut qu'être décriée auprès d'une population fortement dépendante de la voiture individuelle pour des raisons morphologiques ou sociales, comme nous l'avons dégagé sur l'axe 1 de la PCA.

ACP Axe 3 : commercialité et fréquentation j. (positifs), âge et ruralité (négatifs)

Déjà mise en évidence lors de la phase d'observation, la logique de fréquentation journalière en fonction de l'âge déterminée par le tableau 5.30 permet la mise en évidence des préférences matinales pour les populations *moins jeunes* tandis que les *25 ans et moins* préfèrent se rendre en centre-ville surtout en soirée. L'intensité journalière se retrouve donc fonction des déterminants perceptifs agissant non seulement sur les éléments susmentionnés, mais rendent également compte des contraintes temporelles dévolues aux différentes modalités d'âge ; si les personnes moins jeunes ont une forte attraction pour la période matinale, c'est que celle-ci offre une configuration spécifique de la cité rendant compte de leur perception générale de la ville : l'intensité de la ville n'est donc pas égale suivant les temporalités de fréquentations.

Tableau 5.30 : Répartition de la fréquentation journalière en fonction de l'âge (en %)

| âge x fréquentation jour. | matin exclusif | après-midi exclusif | soir exclusif | journée | variable | effectifs (en pax) |
|------------------------------|-------------------|------------------------|------------------|--------------|--------------|-----------------------|
| 25 ans et moins | 5.6% | 16.7% | 33.3% | 5.6% | 38.9% | 18 |
| 26 à 45 ans | 18.1% | 16.7% | 16.7% | 9.7% | 38.9% | 72 |
| 46 ans à 65 ans | 27.7% | 10.8% | 4.6% | 26.2% | 30.8% | 65 |
| 66 ans et plus | 46.2% | 12.8% | 5.1% | 10.3% | 25.6% | 39 |
| Moyenne | 24.4% | 14.2% | 14.9% | 12.9% | 33.5% | 194 |

Note : 194 répondants (suppression de la modalité « ne fréquente pas » et agrégations des modalités « soir » et « soirée » et « midi », « après-midi » et « fin d'après-midi »)

Cet élément se vérifie à l'analyse du tableau 5.31 ; la perception plus rurale en matinée et en journée s'oppose à une perception plus urbaine de la cité pour certaines catégories – on pense notamment aux *jeunes de moins de 25 ans* influençant les proportions de la catégorie *soirée* vers l'*urbanité* malgré la persistance d'une forte représentation rurale sur l'ensemble du cycle journalier.

Tableau 5.31 : Appréciation de la ruralité en fonction de la fréquentation journalière (en %)

| fréquentation jour. x p_rurbanité | urbain ++ | urbain + | indifférent | rural + | rural ++ | effectifs (en pax) |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| Matin exclusif | 2.0% | 12.0% | 14.0% | 50.0% | 22.0% | 50 |
| Après-midi exclusif | 11.1% | 11.1% | 14.8% | 40.7% | 22.2% | 27 |
| Soir exclusif | 8.7% | 21.7% | 17.4% | 39.1% | 13.0% | 23 |
| Journée | 3.4% | 13.8% | 13.8% | 48.3% | 20.7% | 29 |
| Variable | 1.5% | 12.3% | 26.2% | 40.0% | 20.0% | 65 |
| Moyenne | 5.4% | 14.2% | 17.2% | 43.6% | 19.6% | 194 |

Note : 194 répondants (suppression de la modalité « ne fréquente pas » et agrégations des modalités « soir » et « soirée » et « midi », « après-midi » et « fin d'après-midi »)

Certaines corrélations déjà présentes dans la PCA – concernant notamment les variables âges, rurbanité et commercialité – nous n’y reviendront pas dans le présent chapitre, mais rappelons simplement que la perception urbaine est le fruit des classes d’âge jeunes par opposition à la perception des populations plus âgées.

Tableau 5.32 : Appréciation de la commercialité en fonction de l’âge (en %)

| âge x p_commercialité | expansion ++ | expansion + | indifférent | concentration + | concentration ++ | effectifs (en pax) |
|--------------------------|-----------------|----------------|--------------|--------------------|---------------------|-----------------------|
| 25 ans et moins | 0.0% | 0.0% | 66.7% | 5.6% | 27.8% | 18 |
| 26 à 45 ans | 4.1% | 5.5% | 65.8% | 8.2% | 16.4% | 73 |
| 46 ans à 65 ans | 4.5% | 1.5% | 65.7% | 9.0% | 19.4% | 67 |
| 66 ans et plus | 4.8% | 2.4% | 69.0% | 7.1% | 16.7% | 42 |
| Moyenne | 3.3% | 2.3% | 66.8% | 7.5% | 20.1% | 200 |

Note : 200 répondants

Comme dans le cas du tableau 5.25 et de manière générale pour toutes les corrélations concernant la commercialité, le tableau 5.32 est fortement influencé par « l’indifférence » vis-à-vis de la multifonctionnalité du lieu. On peut tout de même dégager les aspects déjà présentés précédemment tout en mettant en évidence la part de 25 ans et moins préférant une concentration commerciale. L’explication découlant de l’utilisation des transports et des contraintes propres à cette catégorie d’âge détermine logiquement qu’ils préfèrent un environnement où l’activité est densifiée. La période de fréquentation et le type d’activité cible représente également un élément explicatif, puisque ceux-ci, se trouve sur le site en partie le soir, période propice à la réalisation d’activités correspondant à leurs désirs – boire un verre, divertissement...

Enfin, le tableau 5.33 permet de lier les extrêmes de la variable rurbanité à la perception d’une évolution des surfaces commerciales et d’activités tandis que les modalités centrées autour de la moyenne marquent une gradation du phénomène vers une concentration rurale. L’analyse reste toutefois délicate de par la grande proportion de personnes indifférentes au phénomène. En lien avec les différentes corrélations de cet axe et du précédent, le croisement de ces deux variables perceptives s’explique notamment par l’importance de la perception de la mobilité et de la forte proportion d’une représentation rurale de la ville chez l’ensemble des catégories rendant de ce fait compte de la concentration des services dans le centre-ville perçu à la fois comme utilitaire et patrimoine historique.

Tableau 5.33 : Appréciation de la rurbanité en fonction de la commercialité (en %)

| p_rurbanité. x p_commercialité | urbain ++ | urbain + | indifférent | rural + | rural ++ | effectifs (en pax) |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| Expansion ++ | 12.5% | 0.0% | 25.0% | 25.0% | 37.5% | 8 |
| Expansion + | 0.0% | 33.3% | 0.0% | 50.0% | 16.7% | 6 |
| Indifférent | 3.8% | 14.3% | 15.8% | 42.1% | 24.1% | 133 |
| Concentration + | 6.3% | 6.3% | 18.8% | 56.3% | 12.5% | 16 |
| Concentration ++ | 5.4% | 13.5% | 27.0% | 48.6% | 5.4% | 37 |
| Moyenne | 5.6% | 13.5% | 17.3% | 44.4% | 19.2% | 200 |

Note : 200 répondants

Ainsi, les corrélations retrouvées sont complémentaires aux explications avancées sur l’axe 1 de l’analyse en composantes catégorielles. Nous nous retrouvons en présence de deux groupes se distinguant en fonction des modalités d’âge, transformant la perception de la rurbanité par l’expérience du milieu. Si les jeunes recherchent à travers l’urbanité de la ville le monde des activités liés à la multifonctionnalité du centre en périodes de soirée et d’après-midi, les personnes plus âgées quand à elles préfèrent le calme du monde rural reflété le matin par une faible fréquentation – fruit des contraintes temporelles – et par la non recherche d’activités spécifiques mais simplement la « contemplation » de la ville calme. La période d’âge intermédiaire est caractérisée par le monde des contraintes régie par le travail et la vie familiale.

ACP Axe 1 : attachement (positif), diplôme (négatif)

Le tableau 5.34 permet d’avancer que plus le diplôme nécessite de hautes études, plus la ville est perçue comme utilitaire. L’extrapolation d’une dualité perceptive entre des corps de métier jugés comme manuels et intellectuels, rendant également compte d’une différenciation du revenu, permet d’avancer que les personnes les mieux formées – et par extension ayant un capital monétaire plus élevé – peuvent plus facilement penduler entre la ville

et son bassin de vie ; la ville devient le lieu de réalisation de ses achats ou des activités uniquement tandis que la représentation symbolique, pour cette classe aisée, se traduit par l'attachement à la campagne extérieure et inversement pour les classes plus modestes percevant directement la ville comme symbolique.

On peut également ajouter, suivant les raisonnements opérés en fonction de la durée de résidence corrélé au parcours de vie notamment, que les personnes ayant ces moyens financiers plus élevés constituent les nouveaux résidents. Ayant une moindre expérience du territoire considéré, il est logique que celui-ci apparaisse comme neutre ou plus utilitaire tandis que les individus jugés comme modestes sont compris dans la population vivant depuis 5 ans et plus entretenant une relation plus développée avec l'environnement les entourant.

Tableau 5.34 : Appréciation de l'attachement en fonction du diplôme (en %)

| diplôme x p_attachement | utilitaire ++ | utilitaire + | indifférent | symbolique + | symbolique ++ | effectifs (en pax) |
|----------------------------|------------------|-----------------|--------------|-----------------|------------------|-----------------------|
| Diplôme de fin d'étude | 5.6% | 11.1% | 38.9% | 16.7% | 27.8% | 18 |
| CFC | 1.2% | 12.3% | 40.7% | 30.9% | 14.8% | 81 |
| Maturité ou brevet | 1.9% | 28.8% | 23.1% | 30.8% | 15.4% | 52 |
| Ecole sup. ou Bachelor | 10.7% | 32.1% | 39.3% | 14.3% | 3.6% | 28 |
| Master ou doctorat | 4.8% | 47.6% | 28.6% | 19.0% | 0.0% | 21 |
| Moyenne | 3.5% | 23.0% | 34.5% | 26.0% | 13.0% | 200 |

Note : 200 répondants

ACP Axe 4 : durée résidentielle et ambiance (positifs)

Enfin, le dernier axe représenté par l'unique corrélation du tableau 5.35 permet la mise en avant des difficultés d'adaptation de la population aux nouvelles dynamiques développées dans la synthèse 1. En effet, nous retrouvons les personnes les plus satisfaites de l'ambiance dans la modalité *ne réside pas* à Bulle – par agrégation des modalités *habitant hors-district* et *hors-canton* – tandis que plus la période de résidence et longue et moins l'ambiance est jugée comme agréable.

Tableau 5.35 : Appréciation de l'ambiance en fonction de la durée résidentielle (en %)

| âge. x p_ambiance | aime -- | aime - | indifférent | aime + | aime ++ | effectifs (en pax) |
|----------------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| 1 an et moins | 0.0% | 5.9% | 47.1% | 35.3% | 11.8% | 17 |
| 1 à 5 ans | 0.0% | 3.3% | 43.3% | 36.7% | 16.7% | 30 |
| 5 ans et plus | 0.0% | 12.1% | 42.2% | 30.2% | 15.5% | 116 |
| Ne réside pas | 0.0% | 2.7% | 27.0% | 32.4% | 37.8% | 37 |
| Moyenne | 0.0% | 6.0% | 39.9% | 33.6% | 20.4% | 200 |

Note : 200 répondants

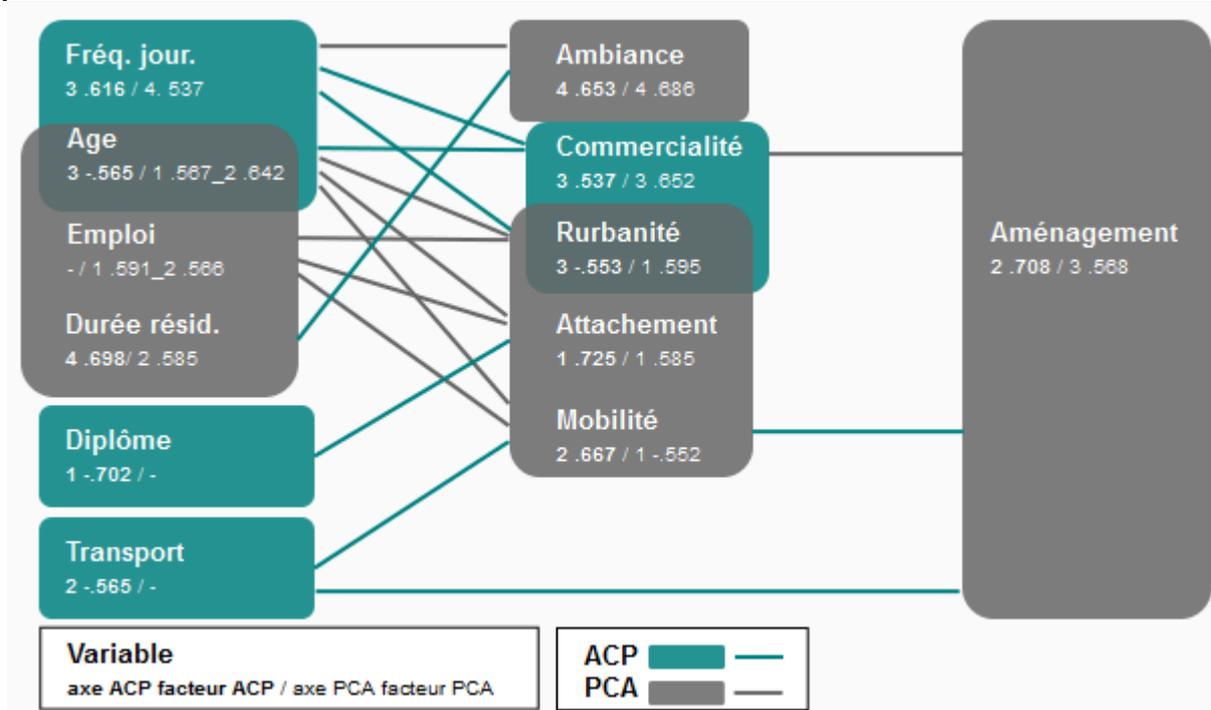
L'ensemble des corrélations et dynamiques déterminé dans ce chapitre prolonge la réflexion autour de la notion de familiarité au milieu et des temporalités contraignant la projection des désirs sur l'espace considéré. La synthèse 4 permettra de remettre de l'ordre dans la réalité complexe des facteurs influençant la perception territoriale et de définir la nature du lien entre homme et environnement dans ce cas particulier qu'est la ville de Bulle et de son bassin de vie en général.

5.4.3. Synthèse 4 : Une complexité systémique dans la compréhension du lien homme-environnement

Pour rappel, les schémas logiques – dans le cas de Bulle déterminés par une forme de familiarité au milieu urbain permettant l'appréhension du monde subjectif individuel en complément des repères et échelles déjà déterminés dans la partie 5.3 – évalués précédemment ne permettaient pas la compréhension sous-jacente du processus d'appropriation du centre-ville, induisant soit une perte de repères projectifs, soit une magnification du centre par symbolisme rural. Les deux analyses multivariées opérées ont permis de se rapprocher de la construction d'un schéma du séquençage de l'action par la prise en compte non seulement des comportements et caractéristiques individuels, mais également par la mise en avant de la congruence projective entre sujet et objet définissant de ce fait la nature de la relation entre homme et territoire.

Concernant le cas des échelles, volumes et autres repères, nous pouvons donc avancer que ceux-ci sont régis par une logique propre à l'utilisation du véhicule individuel dans un ensemble systémique complexe mettant en scène non seulement la multifonctionnalité du centre-ville par l'intermédiaire d'une variable commerciale, mais prenant également à parti la complémentarité de l'expérience humaine du territoire décrite aux travers des différentes caractéristiques sociales impactant directement l'attachement et la ruralité du milieu. La synergie du système détermine logiquement une perception de l'aménagement plus marquée par l'agencement et la disponibilité des stationnement propres aux valeurs individuelles – on avait déjà pu mettre en évidence les faibles taux de remplissage du parking sous-terrain Bulle-centre lors de la phase d'observation alors que les parkings en surface sont constamment remplis – et favorisée par les choix d'aménagement paradoxaux renforçant cette possibilité pour l'usager motorisé. Intéressantes de par leur absence constatée sur la zone considérée, les places dévolues aux usagers piétons devant assurer une maximisation de « la qualité de vie » des citoyens sont autant d'éléments à mettre au profit de carences projectives pour les usagers non-motorisés dans la construction même de l'espace ; l'agencement d'une zone 30 contraignante pour l'automobile n'en fait pas obligatoirement un espace rassemblant les repères, échelles et schémas logiques donnant du sens au milieu pour les usagers piétons. Voilà donc les réflexions pour un premier état des lieux, mais nous pouvons aller plus loin dans l'analyse en mettant en forme ces relations particulières entre l'homme et son environnement construit tirées des analyses précédentes.

Figure 5.31. : Schéma des corrélations



Julien Glasson, 2013

Ainsi, si la perception de l'aménagement est constitutive des perceptions commerciales et de la mobilité, celles-ci n'en sont pas moins influencées par un ensemble de facteurs complexes ; la perception urbaine ou rurale de la cité impactant les deux premiers facteurs cités auxquels s'ajoutent pour la mobilité la projection de l'attachement par connaissance approfondie ou sentimentale au milieu. Chaque variable perceptive étant comprise dans un ensemble systémique régissant non-seulement le degré de corrélations entre-elles, mais également influencé par un second groupe de facteurs sociaux propres à chaque individu ayant des interactions en son sein. Il n'est pas question dans ce chapitre de lister l'exhaustivité de toutes ces relations, mais d'en dégager et expliquer les plus importantes puisque, dans le cas présent, nous voyons enfin « l'entier » du tableau – terme à fortement nuancer de par les corrélations non-suffisantes exclues des analyses multivariées ; la nécessité de faire ressortir les mécaniques principales au niveau des groupes nuit en partie aux logiques individuelles propres. Donc, la commercialité, fortement corrélée par sa modalité qualifiant l'indifférence s'explique en fait par les variables qualifiant l'âge et la fréquentation journalière ancrant cette indifférence commerciale comme un comportement fruit des changements sociétaux acquis et implantés dans les schémas logiques plutôt qu'une notion stricte au niveau de la sémantique du terme. De plus, l'ambiance, participant généralement grandement à l'évaluation spatiale est réduite dans ce schéma à sa composante la plus primitive – à savoir l'ambiance pour l'ambiance :

comme un « à côté » détaché de la réalité du lieu. Quand nous disons que le fait urbain perdait en profondeur au profit d'une individualité de plus en plus marquée par l'évolution sociétale, la prise en compte de cette non-corrélation est à mettre en avant. L'individu évaluant une ambiance ponctuelle, comme c'est le cas des jours de marché, pour ce qu'elle lui apporte et non ce qu'elle peut souligner du lieu ; encore une fois, cette carence n'est pas seulement à attribuer à une évolution sociale, mais également à la non-transversalité de l'aménagement bullois qui n'a pas mis en avant son territoire par l'intermédiaire de partenaires qualifiés animant la ville. Paradoxalement à ce qui vient d'être démontré, la population bulloise bien qu'ancrée dans une ruralité marquée préfère donc un espace ville certes garant d'un certain patrimoine, mais également utilitaire permettant une mobilité motorisée au détriment d'un réel espace social. L'offre en stationnement traduit ce processus de maximisation fonctionnel du centre tant que le symbolisme du lieu n'est pas affecté par l'urbanité.

De plus, et pour revenir aux notions de mobilité et d'environnement construit, malgré l'ouverture de l'axe principal – la Grand-Rue remplissant cette prérogative par sa largeur et la taille des volumes bâtis la jouxtant – celui-ci évoque paradoxalement un sentiment de fermeture par l'importante charge du trafic motorisée couplée à l'agencement du stationnement fractionnant l'espace en son long et jouant le rôle de barrière pour l'utilisateur piéton ; nous nous retrouvons donc en présence de deux sous-espaces – Est et Ouest – avec un espace central dévolu à la voiture et au stationnement pour la distribution des personnes sur les différents lieux d'achats plutôt qu'une réelle centralité faisant lien entre les deux sous-espaces.

La stabilité du système présent dans la figure 5.31 nécessite également une considération particulière. D'une part, si la composante rurale est aujourd'hui très présente et les mécanismes de changements que récents, le système reste en perpétuel changement par la migration des nouvelles populations dans ce que nous appellerons le péri-urbain régional et d'autre part, l'influence perceptive des populations jeunes, considérées comme les adultes de demain, deviendront prépondérantes d'ici quelques années. Le système devra donc logiquement évoluer vers une perception plus urbaine de la ville freinée par la recherche de l'attrait rural des populations « extérieures ». A l'échelle considérée, le système restera toujours en mutation face à l'évolution sociétale et ce qui fait aujourd'hui le symbolisme rural de la cité bulloise, à savoir son centre-ville historique, sera peut-être relégué à l'unique composante commerciale demain. En somme, bien qu'importants, les structurants moteurs objectifs de l'aménagement sont substitués par les « structurants culturels » individuels dans la projection des usages sur l'objet d'étude rendant de ce fait, et malgré la pérennité de l'aménagement, le système en perpétuelle évolution. L'analyse subjective du paysage par l'intermédiaire de ces structurants permet donc de répondre à la série d'hypothèses B précédemment posée.

En guise d'introduction aux hypothèses définies précédemment, nous pouvons déjà avancer que l'influence commerciale de la zone ne se fait pas à travers sa forme propre ou son type de distribution, mais plutôt aux travers de l'extension de l'espace commercial par la perception de la mobilité via l'attachement et la ruralité. Comme le soulignait précédemment Alain Metton, la complexité du comportement du client est non-seulement le fruit d'un processus privilégiant d'une part ses intérêts économiques traduit dans la complémentarité des pôles d'achat démontrée au point 5.3, et d'autre part que ce dernier agit en fonction de l'attrait du milieu aux travers de ses préférences et projections subjectives : « [...] sans doute est-ce de ce côté que se focalisent les plus grands enjeux pour le commerce de centre-ville et le fonctionnement urbain. Il faut que le citoyen ait le goût de la ville et pour cela qu'on le lui donne. » (Metton, 1997, p. 53).

Ainsi, pour revenir à l'hypothèse B1, nous pouvons affirmer que bien le centre-ville soit avant tout le lieu des pratiques de consommation de biens et en partie de signes, la zone 30 km/h – ayant objectivement transformé l'espace – n'a fondamentalement pas changé les dynamiques inhérentes au site déjà présentes *ante-réaménagement*. Elle a simplement changé le régime des circulations, la commercialité se maintenant par l'offre en stationnement qui pourrait être considérée dans le présent cas comme un nouveau mode d'appropriation de ces pratiques de consommation mises en perspective avec l'évolution sociétale. Pour poursuivre, l'hypothèse B2 n'est également pas justifiable. De par la non prise de position vis-à-vis d'un type d'utilisateur en particulier – piéton ou automobiliste – le nouvel aménagement dessert même la commercialité dans sa recherche d'un moteur, d'une « locomotive », bref, d'un aménagement permettant de conjuguer espace social et espace commercial. Et cette réalité est d'autant plus marquée dans la validation de l'hypothèse B3, où nous pouvons avancer qu'au contraire de permettre le mariage des différentes pratiques complémentaires à la consommation, l'espace central bullois se voulant ce gigantesque marché à ciel ouvert est devenu paradoxalement un troisième centre commercial périphérique répondant à des projections automobilistes malgré ces quelques aménités bienvenues.

La faute principale de cette non-conformité de l'aménagement réside non seulement dans l'évaluation objective de l'environnement : en ne prenant aucun parti vis-à-vis d'un utilisateur, le centre-ville est devenu un « non-espace » – dans le sens spatial des reproductions des besoins humains –, un espace de compromis, mais également dans la perception subjective des individus fréquentant le site : par une évaluation de l'ensemble des composantes susmentionnées au travers d'un prisme automobile dans une zone voulant endiguer ce phénomène, il est logique que l'aménagement soit mal perçu. La nature du lien homme environnement est donc mal jugée : la faute à l'incapacité des concepteurs à prendre en compte la réalité subjective de la population bulloise, mais également à l'incapacité de cette dernière à s'adapter aux mécaniques objectives d'évolution de la ville, à s'y refamiliariser. Le centre-ville et la polémique l'entourant est représentative de l'ensemble des discours sur la gestion urbaine de la ville de manière générale.

CHAPITRE
CONCLUSIONS

Le présent travail peut potentiellement prendre place dans une critique plus large des sociétés contemporaines par la mise en fractal de l'espace central bullois et de son évaluation par une géographie behavioriste, certes peu utilisée de nos jours, mais permettant de donner son importance à la discipline aménagiste par l'entretien d'une communication entre la société d'aujourd'hui et la cité et plus généralement entre l'homme et son espace de vie. De plus, l'essai proposé ne prétend pas rendre compte de l'exhaustivité de l'approche behavioriste, mais démontre que celle-ci a tout de même permis de mettre en avant certains problèmes fondamentaux liés à l'utilisation de la méthodologie spécifique dans la détermination du lien entre homme et environnement caractérisant la place de la subjectivité humaine au sein de la pratique aménagiste. Ainsi, la complémentarité des méthodes macro et micro-géographiques a soulevé certains problèmes inhérents à l'insertion de la théorie du comportement à cette démarche planificatrice ; on pense notamment aux changements d'échelles, mais également du passage de l'individu au groupe et celui du processus cognitif au comportement individuel.

Nous avons avant tout remarqué que ces attitudes et comportements sont impossibles à isoler du contexte dans lequel ils se produisent rendant en partie caduque l'analyse de la notion même de territorialité pour ce qu'elle est en tant qu'archétype, mais uniquement en fonction d'un espace objectif de reproductions des pratiques sociales. Et Bailly d'ajouter qu' « [à] partir des éléments concrets (réels), les études de la perception ont pour but d'expliquer la transmission des messages, des systèmes sensoriels au cortex cérébral, et le mécanisme de schématisation qui aboutit à un système abstrait de signes et de cadres de raisonnements. » (Bailly, 1980, p. 675). Ainsi, si les logiques processorielles générales sont relativement faciles à mettre en évidence au niveau du groupe, celles-ci varient fortement d'un sujet à l'autre étant le fruit du lien homme-milieu fonction lui-même d'un environnement socio-économique et historique mettant en évidence que « [!] ensemble des images mentales, transcription des liaisons individu-milieu, constitue à la fois un espace propre du sujet avec ses lieux, ses mouvements, ses micro-événements et un espace social » (Bailly, 1980, p. 676). De ce fait, l'espace vécu propre à chaque individualité traduit au travers de l'expérience quotidienne du milieu s'inscrit dans un espace socio-économique, fruit des symboles sociétaux et de la perception des externalités, compris dans l'espace géographique et caractérisée par l'environnement physique.

La reproduction mentale du paysage urbain bullois, caractérisée par le séquençage mis en avant précédemment, constitue donc un approfondissement nécessaire à la connaissance des représentations spatiales citadines dans le cadre d'un aménagement opérationnel. Ainsi, « [sans] chercher à comprendre le pourquoi psychologique profond des attitudes, nous dégagons des régularités, surtout en fonction du cycle de vie, de la durée de résidence dans la ville, de la relation espace-territorialité [...] » (Bailly, 1980, p. 381) permettant la mise en place d'un schéma induisant des corrélations sur les perceptions des différents objets composant la cité et l'espace étudié et déterminé en fonction de quelle population et quelle image l'espace est évalué. L'approche behavioriste a également permis de rassembler diverses informations sous ce que nous qualifierons de « cadre de vie » de l'espace historique de la cité bulloise mettant en évidence les dimensions cachées du territoire : propriétés symboliques (relation au patrimoine et à l'histoire), utilitaires, commerciales ou encore de mobilité préférentielle.

Les plans d'aménagement ou, du moins les leviers d'action mis en place, doivent tenir compte de ces propriétés spatiales spécifiques du lieu d'étude pour comprendre quelle restructuration sera efficace, ou à défaut, orienter les comportements vers un urbanisme durable. Pour l'exemple, nous avons dégagé la relation particulière à l'automobile définissant de ce fait l'obsolescence d'un réaménagement efficace du centre-ville sans la prise en compte d'une politique urbaine intégrée au niveau régional et transversale entre la pluridisciplinarité des domaines touchant au monde urbain.

Pour revenir aux aspects plus théoriques, si la distance perçue, le cycle de vie corrélée à la durée résidentielle et l'âge jouent un rôle prépondérant dans la relation homme-milieu, le sexe et d'une certaine manière le statut socio-économique des individus semblent moins pertinents dans cette évaluation. L'approche mettant avant tout une relation à l'espace suivant les projections différenciées des usagers dans les temporalités et contraintes qui leurs sont propres. Ainsi, le centre-ville de Bulle, semble être à la base d'une perception dichotomique des projections générales de la cité entre jeunes arrivants et personnes plus âgées habituées à l'image d'une ville de taille réduite dans un contexte de dynamiques accélératrices de changements.

De plus, nous pouvons évidemment critiquer la démarche mise en place par le chercheur. De manière générale, tout travail scientifique – du moins en géographie sociale – est biaisé par les préférences de son auteur ; choisissant de mettre en avant telle ou telle thématique, celui-ci traduit dès la problématique ses centres

d'intérêts en orientant la recherche et ceci se ressent nettement dans cette étude par l'approche qualitative de l'aménagement urbain décidée engendrant un nombre conséquent de biais méthodologiques, également induit par l'ampleur du travail demandé. Que ce soit au niveau du codage ou du choix de l'échantillonnage, la méthode, par manque de temps, n'a pas permis la rigueur nécessaire à l'évaluation des éléments mis en avant par les répondants, mais celle-ci aura néanmoins permis, par contacts prolongés du chercheur sur le lieu d'enquête et auprès des citoyens, de comprendre comment les traits urbains deviennent signifiants pour les personnes interrogées, comment la symbolique spatiale émerge d'un environnement objectif et également la manière dont les usagers consomment la ville et réagissent face aux directions urbanistiques préférées par les services qualifiés.

Entre perception basée sur l'expérience et évaluation urbaine professionnelle axée sur des critères objectifs, l'étude réalisée sur le centre-ville peut constituer un recueil des attitudes négatives qui correspondrait plus à une non-compréhension des citoyens sur l'orientation générale des décisions urbaines de la cité mettant en avant le manque de dialogue et de compréhension entre monde professionnel et profane de la ville. Encore une fois, le principe de densification désirée et encouragée par la LAT ou le PDC Fribourgeois est appliqués dans le cadre de Bulle comme autant de normes ne prenant pas en compte le territoire à proprement parler et encore moins la participation citoyenne aux travers de ses perceptions.

Ce projet, ayant les mêmes caractéristiques, visant « [...] à profiter de la réalisation de la H189 pour améliorer la qualité de vie en ville. » en améliorant notamment « - modération du trafic, promotion / sécurisation des déplacements doux, mise à disposition d'espaces publics et de lieux d'agrément de qualité, valorisation de l'image du centre-ville comme lieu d'identification, stimulation des activités économiques, etc. » (Flâneur d'Or 2008) n'a donc pas su trouver écho auprès des citoyens. En se focalisant sur la mobilité et une réorganisation purement technique pour y pallier sans prise en compte de la transversalité et l'intégration de la politique de réaménagement, les maîtres d'œuvre n'ont donc pas réussi à apporter ces agréments dans la zone créée à une population ayant certes quelques exigences non conciliables avec des principes d'aménagement durables, mais voulant avant tout un lieu de socialisation et non uniquement dédié à l'automobile.

La complémentarité des pôles fréquentés soulevée dans la série d'hypothèses A souligne également cet état de fait : en fractionnant ces deux espaces considérés comme continuité morphologique en son sens, la population rééquilibrerait simplement la perte de repères induits par la transformation de la Grand-Rue – dévaluant en partie sa magnification symbolique – vers des espaces de projection plus familiers et donc rassurants que sont les pôles commerciaux. Et ceci, sans compter la non prise de position en faveur d'un usager particulier desservant de ce fait l'ensemble du système commercial du centre-ville comme nous l'avons déjà dégagé précédemment.

La réalité dégagée dans les précédents paragraphes permet la mise en place d'une politique générale d'aménagement. Principal facteur de mécontentement évalué, l'incapacité discursive entre projections individuelles et aménagement objectif rend compte du double travail à réaliser sur l'espace central bullois afin de réconcilier population et monde urbain. Ajoutée aux mécaniques accélératrices des changements sociaux et urbains, la série de propositions qui va suivre ne mettra pas en scène un aménagement au niveau du détail mais plutôt une mise en place d'un urbanisme opérationnel englobant la réponse territoriale par l'intermédiaire des axiomes et réflexions de l'urbanisme durable couplée aux désirs et perceptions des différents usagers. L'élément prépondérant restera quant à lui axé sur un équilibre entre l'épanouissement social, le développement économique et la préservation écologique pour d'une part encourager de nouvelles manières de consommer la cité, et d'autre part entrevoir la réalisation d'un aménagement englobant la pluralité des usagers dans une étude mettant en avant la perception citadine, mais encourageant, par l'intermédiaire de cette dernière, un certain passéisme comme nous avons pu le voir. Et c'est bien dans un souci de développement durable englobant modérément cette image des usagers et ainsi éviter d'empreindre le territoire d'une perception à un moment T mais évolutive dans le temps comme nous l'indique l'évolution des sociétés en parallèle de la stabilité du modèle préétabli que nous feront appels aux tendances actuelles en matière urbanistique.

Le postulat de base pour l'organisation d'une nouvelle manière de penser le centre-ville s'articule bien entendu sur le développement théorique et empirique vu précédemment : la ville de Bulle a trop rapidement corrélation l'amélioration du cadre de vie et normes techniques pour la transformation de l'espace objectif perdant de ce fait ce qui fait le cœur de la ville, la diversité des perceptions de groupes et individuelles. De plus en unifiant l'ensemble des espaces objectifs dans une définition unique circulatoire, l'aménagement de l'espace conçu

contre la voiture – et non pour le piéton – est trop présent dans l'espace subjectif de l'individu et de fait s'agence par un amoindrissement de sa qualité puisque purement contraignant. Le développement d'une politique intégrée mettant en perspective événementiel et aménagement permettrait une restructuration des schémas logiques individuels. A l'exemple de ce qui se fait en été par l'intermédiaire du marché folklorique, les usagers savent qu'il ne faut pas venir en ville en voiture par la simple présence de ce dernier ; la recréation de ce chaînage « psychologique » reconditionnerait la logique comportementale liée à l'utilisation des véhicules motorisés individuels.

Pour résumer, ce n'est pas en créant un espace contraignant pour la voiture qu'il devient automatiquement approprié par le piéton et d'ajouter qu'actuellement la gestion des circulations au centre-ville favorise un commerce de centre commercial plutôt qu'un commerce à ciel ouvert ; la difficulté résidant dans le partage de ce point de vue auprès de la population bulloise et des commerçants du centre-ville valorisant ce type de pratiques et sa conciliation avec la représentation d'un espace social.

Avant d'entrevoir un aménagement fonctionnel par la définition des typologies de zone à mettre en place, la première partie du présent chapitre s'attardera à mettre en perspective les six variables perceptives avec les principes d'aménagement durables – monde subjectif et monde objectif – afin d'esquisser une ébauche de plan d'action. Bien que la structure déterminée suppose de travailler par strates spécifiques proposant une relecture de chaque objet, il ne faut pas oublier que le monde urbain est avant tout complexe et systémique ; chaque changement de dynamique d'un objet considéré entraînant des modifications sur l'ensemble – par analogie vulgarisatrice, prenez l'exemple du mobile, actionnez un élément de celui-ci et l'ensemble des pièces bougeront. Cette dernière remarque permet la mise en avant d'une thématique spécifique comme levier d'action éclaircissant non seulement l'aménagement auprès de la population concernée, mais simplifiant également l'opérationnalisation de l'urbanisme dans sa mise en œuvre ; dictée par les choix du présent travail et la prise en compte des éléments urbains préexistants, la partie prise fut de se tourner vers la mobilité.

Ainsi cette uniformité en partie d'une perception motorisée et rurale développée au chapitre précédent ne peut manquer de surprendre. Le lien au patrimoine pouvant expliquer partiellement cette image, mais ne faudrait-il pas plutôt conclure que ce résultat est le fruit d'une ville moyenne groupée autour d'une centralité unique – Gruyère-centre étant continuité morphologique du centre-ville – dans un bassin urbain fragmenté nécessitant justement l'utilisation du véhicule individuel comme mode de déplacement et reléguant cet attachement patrimonial à un prétexte d'une proximité utilitaire. Le périurbain écarté à une composante unique d'habitat, malgré des zones industrielles et commerciale – on pense à La Tour-centre – qui semblent détachées du tissu urbain favorisent également cette transparence du maillage de la cité ; un centre multifonctionnel accessible en voiture depuis des zones d'habitat proches ou éloignées – à l'exemple des villages manquant d'une réelle complémentarité des fonctions – sont autant d'éléments à restructurer en repensant le réaménagement du centre-ville dans une cité sectorisée. Se concentrer au niveau de l'accessibilité au centre depuis une échelle externe large semble donc être le moyen le plus évident pour réduire le trafic motorisé plutôt que de se concentrer uniquement sur le régime de circulations du centre.

La mise en place du service Mobul est donc un premier pas et en même temps un bon exemple des carences aménagistes. D'une part, non-satisfaisant de par sa fréquence qu'il faudrait doubler voire tripler pour véritablement pouvoir le nommer service de transport intra-urbain, celui-ci a également empreint d'une perception peu modulable l'offre en transport public chez les citoyens et même, si du jour au lendemain l'offre quintuplait, l'ancrage de cette rigidité marquerait les habitudes comportementales de ne pas utiliser le service de par la mauvaise expérience passée. D'une manière plus générale, c'est l'accessibilité à la ville de Bulle en transports publics qui doit être repensée et corrélée à une multifonctionnalité polycentrique réellement ancrée dans le tissu urbain. Le principe doit également s'appliquer entre le maillage du centre-ville et le suburbain proche. A l'exemple justement de La Tour-centre, uniquement accessible pour les usagers motorisés ou encore Gruyère-centre que l'usager piéton peut rejoindre mais manquant de réelles aménités pensées pour ce dernier ou encore d'un maillage dévolu à ce type d'utilisateurs, l'aménagement bullois doit repenser l'ensemble de ses trames et la population ses temps de parcours – notamment les moins jeunes comme nous l'avons développé dans la deuxième partie analytique ayant des habitudes fortement ancrées. Dans ce sens, une réorganisation spatiale stricte ne saurait être suffisante sans la mise en place d'une information aux citoyens permettant certains changements de comportements. Certaines grandes villes – on pense notamment à Londres – ne manquant pas d'exemples dans la signalétique indiquant les temps de parcours entre un point A et son arrivée B, il serait donc

judicieux de s'en inspirer. Concernant le centre-ville à proprement parler, la composante mobilité est déjà suffisante de par son aménagement – et c'est bien pourquoi nous en avons fait un levier – par la construction des bâtiments Bulle-centre et surtout de son parking sous-terrain. Il est dès lors évident que sa non-utilisation est le fruit d'une disponibilité trop large en stationnements de surface au centre-ville et d'une mauvaise signalisation de son entrée pour les véhicules motorisés dans l'ensemble de la ville. En conjuguant une politique d'encouragement à une politique appelée ici vulgairement « du bâton », le report modal pour des activités de loisirs ou de courses rapides pourra donc être envisagé.

Concernant la composante commerciale, nous avons déjà défini que celle-ci, au centre-ville, se rapprochant plus de commerces périphériques, manque d'une « locomotive » favorisant son attrait et renforçant sa configuration initiale. En premier lieu, une uniformisation des horaires d'ouverture permettrait de donner plus de lisibilité à l'ensemble de la devanture du commerce de proximité – à l'heure actuelle et malgré une législation stricte permettant une ouverture jusqu'à 18h30 en semaine et 16h le samedi, celle-ci laisse une certaine liberté quant aux choix de fermeture à midi et permet de faire des nocturnes le vendredi. Les commerçants devraient donc s'accorder sur la fermeture du samedi midi et du vendredi soir et éviter une désertion des usagers qui ne savent plus quel commerçant sera ouvert et si oui ou non ils pourront trouver les produits désirés. De plus cette non-conformité entre les différentes boutiques ne participent pas à créer une véritable ambiance commerçante sur l'espace du centre-ville, la faute également à une politique trop sectorisée ; l'absence d'un discours entre grands distributeurs, « petits » commerces et la commune ne permet pas la mise en avant d'éléments événementiels périodiques ou ponctuels favorisant l'ambiance et l'occupation de la Grand-Rue.

Enfin et élément central cité dans les perceptions individuelles, l'attachement au patrimoine rural ayant cette double difficulté d'intégrer éléments historiques et attractivité consommatrice peut se faire aux travers d'une revalorisation de la campagne dans la ville et la mise en avant du patrimoine paysan. Pour permettre une telle réalisation, revenons un instant sur ce paradigme entre nature et monde urbain lors d'une légère digression. Comme le définissent J. Salomon Cavin et G. Hess dans leur article sur les parcs urbains suisses (2011), la relation à la nature et par extension au monde rural dans notre cas existe sous deux formes : « *[une] première forme de la relation à une nature extérieure est son rejet, voire la haine qu'on lui porte. Cette dénégation de la nature découle de la valorisation de la vie urbaine, c'est-à-dire de la technique et du progrès. Elle est sous-jacente à l'idée que la place de l'homme est bien la ville, le lieu adapté à sa nature. [...] Une autre façon d'être en rapport avec la nature extérieure est l'attraction qui s'empare des habitants des centres urbains pour la nature hors de la ville. Elle provient de la souffrance induite par la vie urbaine et la civilisation « Comme le point de vue du citoyen civilisé est caractérisé par le lointain et l'aliénation à travers un manque de nature dans sa vie quotidienne, [...], la nostalgie d'une rédemption face au poids et au rétrécissement de la vie civilisée s'associe à la représentation de la nature. »* (Böhme, in G. Hess & J. Salomon Cavin, 2011). » (Hess & J. Salomon Cavin, 2011, p.4). L'attachement patrimonial couplé à cette logique utilitaire serait donc le fruit de ce double processus d'attraction et de répulsion de l'environnement naturel pour la population. La reconnexion des trames piétonnes aux espaces verts *intra-muros* tout en y ajoutant un attrait plus ou moins commercial de par leur localisation proche de pôles multifonctionnels répondrait donc à cette double prérogative. La revalorisation patrimoniale pourrait également être mise en avant par un rapprochement entre producteurs – on pense notamment aux activités de production des biens locaux destinés à la consommation comme le travail de la terre et différents types de cultures – et consommateurs dans des espaces hybrides entre lieux publics traditionnels et jardins communautaires, mais entretenus par des spécialistes de la culture pouvant revendre leurs produits directement aux « clients » potentiels.

Opérationnaliser ce plan d'action en aménagement concret est permis, comme nous le verrons dans les paragraphes suivant définissant une typologie d'espace pour le centre-ville, en jouant sur les contraintes temporelles et la réduction réelle de l'automobile au profit du piéton favorisant une réelle réappropriation de l'environnement dans la réalisation des pratiques sociales et des projections variées sur son milieu – éliminant par la même occasion, ou en partie du moins, la gêne occasionnée par la voiture décrite dans l'introduction de cette même étude.

Le lecteur doit garder à l'esprit que les propositions d'aménagement étudiées dans les paragraphes qui vont suivre se basent sur les leviers d'actions démontrés précédemment et notamment sur la réduction des stationnements en surface tout en développant la multifonctionnalité des pôles extérieurs pour éviter certaines

surcharges de trafic. Ajoutés à ces propos, les choix opérés sur la gestion des circulations en centre-ville ne sont qu'une esquisse d'un urbanisme concret dans sa réalisation.

Ainsi, et pérennisant une certaine forme de mobilité motorisée, le choix d'un aménagement unidirectionnel pour l'automobile sur l'axe central et en sens contraire sur les deux axes parallèles (La Sionge et la Rue du Marché) permettraient non seulement la réduction de l'espace dédié à la route, mais également d'éviter la congestion due aux mouvements de stationnement sur certaines plages horaires qui restent autant une gêne pour l'utilisateur motorisé que piéton. L'espace libéré peut de ce fait être réapproprié par les nombreuses terrasses de café en assurant une meilleure sécurité de ses usagers et renforçant cette composante sociale recherchée par le citoyen. De plus, l'espace Place du Marché, à condition d'une fermeture totale de la Rue de la Promenade – celle-ci étant intercalée parallèlement à la Rue du Marché et la Grand-Rue – pourrait être entièrement libre à une animation quotidienne ou hebdomadaire, suivant l'intensité de cette dernière, permettant la réappropriation de cet espace utilisé aujourd'hui majoritairement pour le marché.

Malgré ces agréments et l'occupation de l'axe central – rappelons que la largeur de la Grand-Rue représente la plus grande difficulté dans sa réalisation, paradoxalement l'espace laissé libre pourrait paraître étouffant s'il n'est pas judicieusement occupé –, la rigidité et la non-modularité de l'aménagement ainsi suggéré ne laissent que peu de place à l'adaptation du centre-ville aux différentes temporalités développées dans la partie analytique. Que ce soit sur les périodes quotidiennes ou ponctuelles ou encore sur les différents espaces considérés, Grand-Rue et Place du Marché, le territoire joue sur plusieurs tableaux perceptifs auprès des différentes classes de la population.

Encore une fois mise en avant, la rigidité d'un aménagement piétonnier total pourrait prêter aux temporalités graduelles d'activités et de ce fait nuire à l'ambiance générale par un manque de citoyens sur le site. C'est pourquoi un aménagement modulable serait à favoriser par un dispositif fermant la Grand-Rue à la circulation aux périodes où l'afflux de piéton est le plus présent – on pense notamment aux après-midi de week-end mais également en soirée durant la semaine où l'animation est plus facile à mettre en place pour éviter ce sentiment d'étouffement décrit plus tôt – tout en le couplant à un modèle à sens unique hors de ces périodes. Le dispositif, couplé à une revalorisation du parking Bulle-centre, permettrait non-seulement de garantir le bon fonctionnement de la composante commerciale et le remaniement des carences déjà évoquées, mais également d'assurer une implication plus forte de la part des commerçants et éviter ainsi les problèmes qu'avaient connus les projets *ante-réaménagement*.

Bien entendu, pour être opérationnalisées, ces ébauches d'idées devraient recevoir une attention particulière lors d'une étude complète rendant compte de leur viabilité. Un *focus* sur un échantillonnage plus important garant de la représentativité des différents groupes fréquentant le centre-ville devrait mettre en avant les comportements précis ainsi que les aménités à conserver ou les modifications à apporter. Le point important de ces remarques est que peu importe le type de régulation du trafic motorisé choisi, tant qu'il est réalisé en complément d'une politique intégrée et corrélée par rapport aux comportements de la population permettant de s'adapter ou à défaut de transformer l'image de la cité, il sera mieux non seulement mieux accepté, mais également ancré dans la durabilité.

CHAPITRE
BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

Méthodologie et cadrage

ARBORIO Anne-Marie, FOURNIER Pierre, 2010, *L'enquête et ses méthodes : L'observation directe*, Armand Collin, 3^{ème} édition, Paris, 128 p.

COLWELL, C., 1997, *Deleuze and Foucault : Series, Event, Genealogy in Theory and Event*, vol. 1, issue 2, Johns Hopkins University Press, 8 p.

FOUCAULT, Michel, 1968, *Généalogie des Sciences, Cahier pour l'analyse n° 9*, Paris, Seuil, 224 p.

FOUCAULT, Michel, 1967, *Dits et écrits, Des espaces autres (conférence au Cercle d'études architecturales)*

Lien de la conférence : <http://ferbos.jeanfrancois.free.fr/psychanalyse-et-creation/spip.php?article8> (consulté le 14.08.13)

FOUCAULT, Michel, 1984, « Dits et écrits : *Des espaces autres* (conférence au Cercle d'études architecturales, 14 mars 1967) », in *Architecture, Mouvement, Continuité*, n°5, pp. 46-49.

MARTIN Olivier, 2012, *L'enquête et ses méthodes : L'analyse quantitative des données*, Armand Collin, 3^{ème} édition, Paris, 127 p.

PAILLE P., MUCCHIELLI A., 2012, *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Armand Collin, 3^{ème} édition, Paris, 423 p.

SINGLY François de, 2012, *L'enquête et ses méthodes : Le questionnaire*, Armand Collin, 1^{ère} édition, Paris, 127 p.

Bulle

BUCHS, Denis et al, 2005, *L'incendie de Bulle en 1805 : ville détruite, ville reconstruite*, Musée gruérien, ville de Bulle, 285 p.

Théorie

BAILLY A., 1980, *La perception de l'espace urbain : les concepts, les méthodes d'étude, leur utilisation dans la recherche géographique*, Université de Lille III, Service de reproduction des thèses, Lille, 2 vol., 710, 90 p.

DIENER Roger et al, 2005, *La Suisse portrait urbain, Livre 1 : Introduction*, ETH Baser, Institut pour la ville contemporaine, 231 p.

HOUZE Philippe, 1998, *La vie s'invente en ville : quel commerce pour les villes ?* Economica, Paris, 100 p.

JEMELIN Christophe, 2008, *Transports publics dans les villes : leur retour en force en Suisse*, collection Le savoir suisse, Presses polytechniques et universitaires romandes, 139 p.

KAUFMANN Vincent, 2008, *Les paradoxes de la mobilité : Bouger, s'enraciner*, collection Le savoir suisse, Presses polytechniques et universitaires romandes, 109 p.

MERENNE-SCHOUMAKER B., 2008, *Géographie des services et des commerces*, Presse universitaire de Rennes, 2^{ème} édition, 255 p.

PINSON G., 2009, *Gouverner la ville par projet, Urbanisme et gouvernance des villes contemporaines*, Presse de Science Po, Paris, 418 p.

Articles

2009, « Dossier : la qualité urbaine » in *Vues sur la ville*, n° 22, 8 p.

BAILLY A., 1982 A, « Géographie de la perception et analyses quantitatives. » In Bailly, A. (Ed), *Percevoir l'espace. Vers une géographie de l'espace vécu*. Actes de la Table Ronde, Université de Genève, Département de géographie, pp. 69- 101

BAILLY, A., CRIVELLI R., DELLSPERGER C., FISCHER C., ROH C. (Rapporteurs), 1982 B, « Synthèse des débats » In Bailly, A. (Ed), *Percevoir l'espace. Vers une géographie de l'espace vécu*. Actes de la Table Ronde, Université de Genève, Département de géographie, pp. 199-204

BAILLY A., 1984, « Images de l'espace et pratiques commerciales : l'apport de la géographie de la perception. » in *Annales de Géographie*, t. 93, n°518. pp. 423-431

CERTU, 2006, *De la qualité de vie au diagnostic urbain : vers une méthode d'évaluation (Le cas de la ville de Lyon)*, 130 p.

CHIFFELLE F., 1982, « De la géographie du paysage à la géographie de la perception. Pertinence de ces approches pour l'aménagement du territoire » In Bailly, A. (Ed), *Percevoir l'espace. Vers une géographie de l'espace vécu*. Actes de la Table Ronde, Université de Genève, Département de géographie, pp. 117-128

DESSE, René-Paul et al, 2008, *Présentation du Dictionnaire du Commerce et de l'Aménagement*, Presses Universitaires de Rennes, 13 p.

DUMONT Marc, VON DER MUHL Dominique, 2007, « De la rue à la ville apaisée, l'éclairage comparé des expériences péri/suburbaines suisses et françaises » in *Flux*, n° 67, pp. 50-61

FREMONT A., 1982, « L'espace vécu (suite et fin ?) » In Bailly, A. (Ed), *Percevoir l'espace. Vers une géographie de l'espace vécu*. Actes de la Table Ronde, Université de Genève, Département de géographie, pp. 7-22

GUERIN-PACE France, 2003/4, « Vers une typologie des territoires urbains de proximité » in *L'espace géographique*, n° 32, pp. 333-344

HESS, Gérald, SALOMON-CAVIN, Joëlle, 2011, « Du Parc national au Parc naturel urbain : la relation ville-nature dans la conception des parcs naturels en Suisse » in *Colloque Territoire et environnement : des représentations à l'action*, Université de Lausanne, 18 p.

MERENNE-SCHOUMAKER, B., 1974, « La perception du centre-ville : le cas de Liège » in *Bulletin de la société géographique de Liège*, n° 10, pp. 135-151

MERENNE-SCHOUMAKER, B., 1979, « Motivations des localisations commerciales : le cas des nouveaux commerces de l'hypercentre liégeois. » in *Etudes et Expansion*, pp. 541-550

MERENNE-SCHOUMAKER B., 1982, « Perceptions spatiales et localisation » In Bailly, A. (Ed), *Percevoir l'espace. Vers une géographie de l'espace vécu*. Actes de la Table Ronde, Université de Genève, Département de géographie, pp. 101-116

METTON Alain, 1997, « Espoirs et amertumes du commerce des centres-villes » in *Annales de la recherche urbaine n° 78*, Secrétariat permanent du Plan Urbanisme Construction Architecture Ministère de l'équipement Arche Nord, pp. 46-54

Mobilité piétonne et PRO VELO, 2009, *Accessibilité des commerces à pied et à vélo-recommandations pour les constructions et les transformations de magasins*, Zürich et Berne, p. 40

PALU Pascal, 1982, « Les politiques commerciales en centre-ville » in *Annales de Géographie*, n° 506, pp. 435-441

PIVETEAU J.-L., 1982, « Une double lecture temporelle de notre perception de l'espace » In Bailly, A. (Ed), *Percevoir l'espace. Vers une géographie de l'espace vécu*. Actes de la Table Ronde, Université de Genève, Département de géographie, pp. 31-56

RACINE J.-B., 1982, « De l'espace vécu à l'espace construit : Pour une critique positive de la géographie de la cognition » In Bailly, A. (Ed), *Percevoir l'espace. Vers une géographie de l'espace vécu*. Actes de la Table Ronde, Université de Genève, Département de géographie, pp. 205-225

RAFFESTIN C., 1982, « Introduction » In Bailly, A. (Ed), *Percevoir l'espace. Vers une géographie de l'espace vécu*. Actes de la Table Ronde, Université de Genève, Département de géographie, pp. 3-5

ROCHERFORT R., 2008, *Un commerce pour la ville : synthèse du rapport*, Rapport au Ministre du Logement et de la Ville, 8 p.

SCHWARZ Jérémie, 2008, « Accessibilité automobile et fréquentation des commerces du centre-ville : impacts de l'introduction d'un péage urbain sur le commerce du centre-ville à Lausanne » in *Urbia, Les Cahier du développement urbain durable*, n° 7, pp. 67-82

TANNIER Cécile, 2003/3, « Trois modèles pour mieux comprendre la localisation des commerces de détail en milieu urbain » in *L'espace géographique*, n° 32, pp. 224-238

WOESSNER Raymond, BAILLY Antoine, 1979, « Images du centre-ville et méthodes d'analyse factorielle : le cas de Mulhouse » in *Environment and Planning*, vol. 11, London, Pion, pp. 1039-1048

Périodiques

2007, Février, *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 1, 16 p.

2007, Août, *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 2, 16 p.

2007, Déc., *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 3, 9 p.

2008, Avril, *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 4, 9 p.

2008, Août, *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 5, 16 p.

2008, Déc., *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 6, 16 p.

2009, Mai, *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 7, 16 p.

2009, Août, *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 8, 16 p.

2009, Déc., *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 9, 9 p.

2010, Avril, *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 10, 16 p.

2010, Août, *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 11, 16 p.

2010, Déc., *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 12, 16 p.

2011, Avril, *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 13, 16 p.

2011, Août, *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 14, 12 p.

2011, Déc., *Le Bulletin : Le journal d'information de la commune de Bulle* n° 15, 12 p.

Doctorat

BARBARINO-SAULNIER Natalia, 2005, *De la qualité de vie au diagnostic urbain : vers une méthode d'évaluation (Le cas de la ville de Lyon)*, Lyon, Thèse de doctorat en géographie

Références électroniques

TCS, 2008, « Les zones sous la loupe », in Sécurité routière, http://www.tcs.ch/main/fr/home/sicherheit/infrastrukturen/motra.RightColumn.0002.CtxLinkDownloadFile1.pdf/tcs_zones_sous_la_loupe_fr.pdf. Consulté le : 14 avril 2012

DIND Jean-Philippe, 2009, « La qualité urbaine : quelle grille de lecture ? Quels principes de conceptions » in *Les urbanités 7h35 sur la première*, 29 mai, <http://urbanites.rts.ch/laboratoire-du-droit-a-la-ville/la-qualite-urbaine-quelle-grille-de-lecture-quels-principes-de-conception/>. Consulté le : 18 avril 2012

Dossiers techniques

Bureau d'urbanisme team+, 2008, *Flâneur d'Or 2008*, Commune de Bulle, dossier de participation, 20 p.

Bureau d'urbanisme team+, 2011, *Concept de gestion du stationnement*, Commune de Bulle, 65 p.

Bureau de prévention des accidents, 2011, *Zone 30*, Brochure technique, 10 p.

Ville de Bulle, juin 2006, *Présentation finale du projet de zone 30 en centre-ville*, powerpoint, 20 slides

Documents cadres

Plan d'affectation des zones de la ville de Bulle :

<https://secure.iweb.ch/gemweb/bulle/fr/technique/amenagementduterritoire/planamenagementlocal/?ss=1&PHPS ESSID=cblgv4sb7epvint50kvf0aah7>, Consulté le : 29 février 2012

Plan des circulations de la ville de Bulle :

<https://secure.iweb.ch/gemweb/bulle/fr/technique/amenagementduterritoire/planamenagementlocal/?ss=1&PHPS ESSID=cblgv4sb7epvint50kvf0aah7>, Consulté le : 29 février 2012

Statistiques

Office fédéral de la statistique (OFS), 2010, *Mobilité et transport 2010*, Neuchâtel.

Office fédéral de la statistique (OFS) et Office fédéral du développement territorial (ARE), 2007, *La mobilité en Suisse, Résultats du microrecensement 2005 sur le comportement de la population en matière de transports*, Neuchâtel, Berne.

Service de la statistique du canton de Fribourg : <http://www.fr.ch/sstat/fr/pub/index.cfm> consulté le 15 mai 2013

Sites internet

Présentation de la ville de Bulle : <http://www.bulle.ch/fr/presentationdelacomune/> consulté le 2 octobre 2013

Population de la ville de Bulle : <http://www.bulle.ch/fr/presentationdelacomune/statistiques/>

Service de transport intra-urbain de Bulle : <http://www.mobul.ch>

Conférences et entretiens

Conférence organisée par le PLR Bullois, *Bulle 20'000 habitants, 20'000 problèmes*, le 20.06.13, Invités : M. M. Ropraz, P. Borcard, Mme N. Gober et M. Y. Grandjean

Conférence organisée par le PS Bullois, *Démographie bulloise*, le 03.09.13, Invité : M. W. Leimgruber (ancien directeur de la chaire de Géographie de l'université de Fribourg)

Entretien avec M. Pichonnaz (responsable du service d'urbanisme de la ville de Bulle), le 20.08.13

CHAPITRE
ANNEXES

Annexes

Annexe 1 : Liste des commerces

Annexe 1.1 : Liste exhaustive des commerces du centre-ville

Tableau 8.1 : Commerces Centre-ville

| No | Commerces | Description |
|--|---------------------|---|
| <i>Commerces de proximité (alimentaires et autres)</i> | | |
| 1 | Framotec TV | Télévisions – multimédia |
| 2 | ETF | Electricité |
| 3 | TropicVideo | Location de DVDs |
| 4 | Orange | Téléphonie |
| 5 | Chez Kriss | Vêtements Hommes |
| 6 | Asclépiade | Fleuriste |
| 7 | L.A. Fantaisie | Bijouterie – broches |
| 8 | StreetOne | Vêtements Hommes et Femmes |
| 9 | Marionnaud | Parfumerie |
| 10 | COOP | Produits de première nécessité – alimentation |
| 11 | Mystère | Vêtements Hommes |
| 12 | Glamour | Vêtements Femmes |
| 13 | Alpina | Laiterie |
| 14 | Wallaby – Gravotype | Cadeaux |
| 15 | Telson | Télévision – multimédia |
| 16 | Line | Vêtements Femmes |
| 17 | L'accessoire | Maroquinerie |
| 18 | Waeber | Chaussures |
| 19 | Deforel | Horlogerie |
| 20 | La Belle Luce | Poissonnerie |
| 21 | Mode Madame | Vêtements Femmes |
| 22 | La Renaissance | Jouets enfants – cadeaux |
| 23 | Clin d'œil | Maillots de bains Femmes |
| 24 | Castella Sports | Vêtements et accessoires de sport |
| 25 | Morard | Quincaillerie |
| 26 | J.-L. Gremaud | Boucherie |
| 27 | Laiterie du Centre | Laiterie |
| 28 | Rumo | Fruits – Légumes |
| 29 | Pingouin | Vêtements Femmes |
| 30 | Au Multicolor | Peinture |
| 31 | Earlybeck | Boulangerie |
| 32 | Denervaud | Chaussures |
| 33 | Vionnet | Maroquinerie |
| 34 | Tailly Weijl | Vêtements Femmes |
| 35 | Yendi | Vêtements Femmes |
| 36 | MobileZone | Téléphonie |
| 37 | Histoire de Cœur | Décoration – Meuble |
| 38 | Duplirex | Papeterie |
| 39 | Boucherie du Centre | Boucherie |
| 40 | Benu Pharmacie | Pharmacie |
| 41 | Fleury | Opticien |
| 42 | Loterie Romande | Kiosque |
| 43 | Ruffieux | Literie – Décoration |
| 44 | La Cigogne | Laine – Broderie |
| 45 | Buchs | Chaussures – Orthopédie |
| 46 | Au petit Animal | Animaux – Accessoires animaux |
| 47 | La boutiga del Vino | Vins |
| 48 | Essena | Cuisines – Agencement |
| 49 | Les Artisanes | Cadeaux – Décoration – Accessoires |
| 50 | Loterie Romande | Kiosque |

| | | |
|---|--------------------------|---|
| 51 | Manor | Femmes – Hommes – Enfants – Beauté – Cadeaux – Services |
| 52 | PiccaDylly | Vêtements Hommes – Femmes |
| 53 | Pharmacie Duba | Pharmacie |
| | <i>Total</i> | <i>53</i> |
| <i>Restaurants et Cafés</i> | | |
| 54 | Cabane à Sucre | Restaurant canadien |
| 55 | Pasta Lina | Restaurant italien |
| 56 | Le 43 | Café – Restauration rapide |
| 57 | Philiponna | Café – Boulangerie |
| 58 | L'Underworld | Bar – Discothèque |
| 59 | Le Tonnelier | Hôtel – Restaurant |
| 60 | Confiserie Baechler | Café – Boulangerie – Confiserie |
| 61 | Hôtel de Ville | Restaurant – Administration communale |
| 62 | Le Gruyérien | Restaurant |
| 63 | La Mucca | Glaces à l'emporter |
| 64 | Boulangerie – Pâtisserie | Boulangerie – Pâtisserie – Confiserie |
| 65 | La Cabriole | Restaurant |
| 66 | L'Indus | Bar |
| 67 | Alibaba | Kebab – Café |
| 68 | La Promenade | Café – Restaurant |
| 69 | Déco Bart | Bar |
| 70 | Marco Polo | Café – Restaurant |
| 71 | Les Halles | Restaurant |
| 72 | Café de l'Union | Café – Bar |
| 73 | Pasta Lina | Restauration italienne à l'emporter |
| | <i>Total</i> | <i>20</i> |
| <i>Services à la personne et autres</i> | | |
| 74 | Viva Dansa | Cours de danse |
| 75 | Domicim | Agence immobilière |
| 76 | SMI | Agence immobilière |
| 77 | Axa Winterthur | Assurance |
| 78 | Valiant | Banque |
| 79 | Salon du Tilleul | Salon de coiffure |
| 80 | Daniel Gummy | Galerie d'art |
| 81 | Conservatoire | Conservatoire |
| 82 | Gruyère Immo | Agence immobilière |
| 83 | Amplifion | Prothèses auditives |
| 84 | Etrinex | Solution énergétique – sécurité – environnement |
| 85 | Pasquier-Glasson | Bureau d'architecture |
| 86 | Castella Coiffure | Salon de coiffure |
| 87 | Haute Coiffure | Salon de coiffure |
| 88 | Molésou Voyages | Agence de voyages |
| 89 | Crédit Suisse | Banque |
| 90 | Start People | Agence de travail |
| 91 | BCF | Banque cantonale de Fribourg |
| | <i>Total</i> | <i>18</i> |

Annexe 1.2 : Liste exhaustive des commerces de Gruyère-Centre

Tableau 8.2 : Commerces Gruyère-Centre

| No | Enseignes | Commerces | Description |
|---|---------------|------------------------|--|
| <i>Commerces (alimentaires et autres)</i> | | | |
| 1 | Migros | Migros 2M | Alimentaire – Vêtements – Beauté – Cadeaux |
| 2 | Migros | Angeloz | Vêtements Hommes |
| 3 | Migros | Denner | Boissons – produits premières nécessités |
| 4 | Migros | Naville | Kiosque |
| 5 | Migros | Oro Vivo | Bijouterie |
| 6 | Migros | Migros Florissimo | Fleuriste |
| 7 | Migros | Sun Store | Pharmacie |
| 8 | Migros | Privilège | Parfumerie |
| 9 | Migros | Vögele | Vêtements |
| 10 | Migros | Vögele Shoes | Chaussures |
| 11 | Migros | Guy Ackermann | Bijouterie – Horlogerie |
| 12 | Migros | Tissot | Horlogerie |
| 13 | Migros | Mister Minit | Cordonerie – Clés |
| 14 | Migros | Berdot | Opticien |
| 15 | Migros | Loterie Romande | Loto |
| 16 | Denner | Denner | Boissons |
| 17 | Jumbo | Jumbo | Outillage – Jardinage |
| 18 | Jumbo | Blackout | Vêtements |
| 19 | Jumbo | Doesenback | Vêtements – Sport |
| 20 | Otto's | Otto's | Vêtements – mobilier – accessoires |
| 21 | Swisscom Shop | Swisscom Shop | Téléphonie |
| 22 | ABC Artisanat | ABC Artisanat | Déguisement – Fête |
| 23 | Alex Sport | Alex Sport | Vêtements – Sport |
| 24 | Gremaud | Gremaud | Fromagerie – Laiterie |
| 25 | Pôle Sud | Ochsner Sport | Vêtements – Sport |
| 26 | Pôle Sud | Müller | Droguiste |
| 27 | Pôle Sud | Autour de Bébé | Bébés |
| 28 | Pôle Sud | Maxi Bazar | Décorations – Meubles |
| 29 | Pôle Sud | New Yorker | Vêtements jeunes |
| 30 | Pôle Sud | Ochsner Shoes | Chaussures |
| 31 | Pôle Sud | Maxi Toys | Jouets |
| 32 | Coop | Coop | Alimentaire – Vêtements – Beauté – Cadeaux |
| 33 | Coop | Interdiscount | Multimédia – Jeux vidéo |
| 34 | Coop | Qualipet | Animaux – Accessoires animaliers |
| 35 | Coop | Yendi | Vêtements |
| 36 | Coop | Fust | Electroménager |
| 37 | Coop | Sun Store | Pharmacie |
| 38 | Coop | Privilège | Parfumerie |
| 39 | Coop | Au Rubis | Bijouterie |
| 40 | Coop | Espace Vision (Fleury) | Opticien |
| 41 | Interdiscount | Interdiscount | Multimédia – Jeux vidéo |
| 42 | Coop Brico | Coop Brico-Loisirs | Jardinage – Outillage |
| | Total | 42 | |
| <i>Restaurants et Cafés</i> | | | |
| 43 | Migros | Migros Restaurant | Restaurant |
| 44 | Migros | Migros Take-Away | Restauration rapide |
| 45 | Migros | Le Miroir | Café |
| 46 | Etna Pizza | Etna Pizza | Pizzeria |
| 47 | Blanc | Blanc | Tea Room – Boulangerie |
| 48 | Coop | Coop Restaurant | Restaurant – Restauration rapide |
| | Total | 6 | |
| <i>Services à la personne et autres</i> | | | |
| 49 | Migros | 5 à Sec | Pressing |

| | | | |
|----|-------------|---------------------|-------------------|
| 50 | Migros | Hotelplan | Agence de voyages |
| 51 | Migros | Atelier de coiffure | Coiffeur |
| 52 | Hair Design | Hair Design | Coiffeur |
| 53 | Coop | Banque Coop | Banque |
| | Total | 5 | |

Annexe 1.3 : Liste exhaustive des commerces de La Tour-Centre

Tableau 8.3 : Commerces La Tour-Centre

| No | Enseignes | Commerces | Description |
|---|-----------|--------------------|---|
| <i>Commerces (alimentaires et autres)</i> | | | |
| 1 | Migros | Migros 2M | Alimentaire – Vêtements – Beauté – Cadeau |
| 2 | Migros | Halle aux Boissons | Boissons |
| 3 | Migros | Dosenbach | Vêtements |
| 4 | Migros | Dosenbach Sport | Vêtements –Sport |
| 5 | Migros | Benu | Pharmacie |
| 6 | Migros | 1906 by Angeloz | Vêtements |
| 7 | Migros | Berdoz Optic | Opticien |
| 8 | Migros | William Wyssmüller | Fromagerie |
| 9 | Migros | Naville | Kiosque |
| 10 | Migros | Frederic Moreno | Vêtements |
| | Total | 10 | |
| <i>Restaurants et Cafés</i> | | | |
| 11 | Migros | Le Code Bar | Café |
| | Total | 1 | |

Annexe 2 : Questionnaire

Annexe 2.1 : Variables sociales

| | | | | | | | | | |
|----|---|---|--|----------------------------------|---|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| A. | Lieu de l'entretien | <input type="checkbox"/> Centre-ville | | | | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> Gruyère-Centre | | | | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> La Tour-Centre | | | | | | | |
| B. | Sexe | <input type="checkbox"/> Homme | | | | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> Femme | | | | | | | |
| C. | Age | <input type="checkbox"/> moins de 25 ans | | | | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> entre 25 et 45 ans | | | | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> entre 45 et 65 ans | | | | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> 65 ans et plus | | | | | | | |
| D. | Dans quelle commune habitez-vous et pourriez-vous me donner le code postal ? | | | | | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> Ville | <input type="checkbox"/> Agglomération | <input type="checkbox"/> Canton | <input type="checkbox"/> Hors-canton | | | | |
| E. | Si habitant l'agglomération alors : Durée de résidence | <input type="checkbox"/> moins d'1 année | | | | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> entre 1 et 5 ans | | | | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> 5 ans et plus | | | | | | | |
| F. | Pour quels motifs vous rendez-vous sur ce lieu ? (plusieurs réponses, réponses libres) | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> Service plaisir | <input type="checkbox"/> Service obligatoire | <input type="checkbox"/> Travail | <input type="checkbox"/> Rencontre / Flânerie | <input type="checkbox"/> Achats | <input type="checkbox"/> Loisirs | <input type="checkbox"/> Soirée | <input type="checkbox"/> Autres |

Annexe 2.2 : Structure urbaine de Bulle

| | | | | | | | |
|----|---|---|--|---|----------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|
| 1. | Quels sont les éléments importants caractérisant la ville de Bulle ? (3 éléments) | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> architecture | <input type="checkbox"/> qualité environnement / pollution | <input type="checkbox"/> proximité grandes villes | <input type="checkbox"/> paysage | | |
| | | <input type="checkbox"/> éléments visuels | <input type="checkbox"/> ambiance | <input type="checkbox"/> socio-économique | <input type="checkbox"/> culture | <input type="checkbox"/> loisirs | <input type="checkbox"/> circulation |
| 2. | Qu'aimez-vous à Bulle ? (2 éléments) | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> architecture | <input type="checkbox"/> qualité environnement / pollution | <input type="checkbox"/> proximité grandes villes | <input type="checkbox"/> paysage | | |
| | | <input type="checkbox"/> éléments visuels | <input type="checkbox"/> ambiance | <input type="checkbox"/> socio-économique | <input type="checkbox"/> culture | <input type="checkbox"/> loisirs | <input type="checkbox"/> circulation |
| 3. | Qu'est ce qui vous déplaît ? (2 éléments) | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | <input type="checkbox"/> architecture | <input type="checkbox"/> qualité environnement / pollution | <input type="checkbox"/> proximité grandes villes | <input type="checkbox"/> paysage | | |
| | | <input type="checkbox"/> éléments visuels | <input type="checkbox"/> ambiance | <input type="checkbox"/> socio-économique | <input type="checkbox"/> culture | <input type="checkbox"/> loisirs | <input type="checkbox"/> circulation |
| 4. | Sur une échelle de 1 à 6 (6 étant la meilleure note), comment appréciez-vous la vie à Bulle ? | | | | | | |
| | | | | | | | |

Annexe 2.3 : Zone d'étude et comportement commercial

| | | | |
|----|---|--|--|
| 5. | Sur une échelle de 1 à 6 (6 étant la meilleure note), comment jugez-vous les caractéristiques suivantes sur la zone où l'on se trouve ? | | |
| | Achats/commerces | | |
| | Bonne diversité de produits | | |
| | Bon service clientèle | | |
| | Fournie en services divers | | |
| | Score et moyenne Commerce | | |
| | Flânerie/Détente | | |
| | Rencontre | | |
| | Score et moyenne Socialisation | | |
| | Fournie en espaces publics | | |
| | Rues faciles à traverser | | |
| | Facilitée pour se stationner en voiture | | |
| | Pas d'encombrement en voiture | | |
| | Déplacements faciles à pieds | | |
| | Score et moyenne Aménagement | | |
| | Atmosphère agréable | | |

| | | |
|-----|---|---|
| | Lieu vivant | |
| | Score et moyenne Atmosphère | |
| 6. | Si question F comporte la catégorie achats alors : Vous rendez-vous sur ce lieu pour achats | <input type="checkbox"/> quotidiens <input type="checkbox"/> hebdomadaires <input type="checkbox"/> occasionnels |
| 7. | Par quel moyen de transport vous êtes-vous rendu sur ce lieu ? | <input type="checkbox"/> Voiture <input type="checkbox"/> Bus Mobul <input type="checkbox"/> Bus régional <input type="checkbox"/> Train <input type="checkbox"/> Vélo <input type="checkbox"/> Marche <input type="checkbox"/> Autre |
| 8. | Combien de temps avez-vous consacré pour vous rendre sur ce lieu en comptant depuis votre lieu de départ (domicile, travail) ? (Réponse libre) | |
| | <input type="checkbox"/> moins de 5 min <input type="checkbox"/> entre 5 et 15 min <input type="checkbox"/> plus de 15 min | |
| 9. | Changez-vous de lieu d'achats en fonction de la saisonnalité ou d'éléments météorologiques ? | <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non <input type="checkbox"/> parfois |
| 10. | A quels moments fréquentez-vous habituellement le centre-ville ? | |
| | <input type="checkbox"/> Matin <input type="checkbox"/> Midi <input type="checkbox"/> Fin d'après-midi <input type="checkbox"/> Soir <input type="checkbox"/> Semaine <input type="checkbox"/> Week-end | |
| 11. | A quels moments fréquentez-vous habituellement les pôles commerciaux périphériques ? | |
| | <input type="checkbox"/> Matin <input type="checkbox"/> Midi <input type="checkbox"/> Fin d'après-midi <input type="checkbox"/> Semaine <input type="checkbox"/> Samedi | |
| 12. | Combien de temps passez-vous sur ce lieu pour votre activité ? (réponse libre) | |
| | <input type="checkbox"/> Moins de 15 min. <input type="checkbox"/> Entre 15 et 30 min. <input type="checkbox"/> Entre 30 et 60 min. <input type="checkbox"/> Plus de 60 min. | |

Annexe 2.4 : Variables sociales suite

| | | |
|----|--|--|
| G. | Avez-vous actuellement une activité professionnelle ? | <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non |
| | <input type="checkbox"/> actif occupé <input type="checkbox"/> actif inoccupé <input type="checkbox"/> étudiant <input type="checkbox"/> retraité <input type="checkbox"/> femme/homme au foyer | |
| H. | Si oui, à quel pourcentage ? (réponse libre) | |
| | <input type="checkbox"/> 25 % et moins <input type="checkbox"/> 25 à 50 % <input type="checkbox"/> 50 à 75 % <input type="checkbox"/> 75 % et plus | |
| I. | Quel est le diplôme le plus élevé que vous ayez obtenu ? (réponse libre) | |
| | <input type="checkbox"/> Diplôme de fin d'étude (CO) <input type="checkbox"/> Certificat fédéral de capacité (CFC) <input type="checkbox"/> Maturité professionnelle ou gymnasiale <input type="checkbox"/> Ecole supérieure ou Bachelor <input type="checkbox"/> Master ou doctorat | |

Annexe 3 : Photographies et illustrations

Annexe 3.1 : Grand-Rue jour de marché folklorique (juillet 2013)



Place du marché



Place du Tilleul



Place de l'Union



Corps des Alpes



Place du Marché



Place du Tilleul

Photos : Julien Glasson, 2013

Annexe 3.2 : Grand-Rue jour de Slow-up (juillet 2013)



Grand-Rue



Grand-Rue



Grand-Rue



Grand-Rue



Grand-Rue



Grand-Rue

Photos : Julien Glasson, 2013

Annexe 3.3 : Grand-Rue (décembre 2013)



Place de l'Union



Place du Tilleul



Château de Bulle



Place du Marché



Hôtel de Ville



Grand-Rue

Photos : Julien Glasson, 2013

Annexe 3.4 : Gruyère-Centre (décembre 2013)



Passage vers Jumbo



Route cantonale entre Migros et Coop



Parking "Pôle Sud"



"Pôle Sud" vue depuis la Migros



Parking en surface Migros



Route cantonale entre Migros et Coop

Photos : Julien Glasson, 2013

Annexe 3.5 : La Tour-Centre (décembre 2013)



La Tour-Centre depuis l'arrêt Mobul



Zone industrielle



Cheminement piéton depuis l'arrêt Mobul



Accès piéton à la Migros



Sortie voiture



Entrée de la Migros

Photos : Julien Glasson, 2013

Annexe 4 : Analyses multivariées

Annexe 4.1 : Analyse en composantes principales

Comme déterminé dans la partie analyse du présent travail, l'ACP porte sur l'ensemble des variables ayant trait aux échelles sémantiques. Le choix de retenir 4 axes se justifie notamment par la forme du *Scree Plot*, mais également par les taux de variances obtenues sur les différents axes. Une rotation *Varimax* fût effectuée pour permettre de mieux représenter les variables sur les différents axes factoriels et ainsi faciliter leur interprétation.

Tableau 8.4. : Total Variance Explained

| Component | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 1.983 | 18.024 | 18.024 | 1.983 | 18.024 | 18.024 | 1.615 | 14.681 | 14.681 |
| 2 | 1.337 | 12.156 | 30.180 | 1.337 | 12.156 | 30.180 | 1.404 | 12.765 | 27.446 |
| 3 | 1.220 | 11.091 | 41.271 | 1.220 | 11.091 | 41.271 | 1.356 | 12.329 | 39.775 |
| 4 | 1.086 | 9.876 | 51.147 | 1.086 | 9.876 | 51.147 | 1.251 | 11.372 | 51.147 |
| 5 | .997 | 9.065 | 60.213 | | | | | | |
| 6 | .940 | 8.541 | 68.754 | | | | | | |
| 7 | .880 | 7.999 | 76.752 | | | | | | |
| 8 | .722 | 6.565 | 83.317 | | | | | | |
| 9 | .672 | 6.107 | 89.424 | | | | | | |
| 10 | .628 | 5.712 | 95.136 | | | | | | |
| 11 | .535 | 4.864 | 100.000 | | | | | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tableau 8.5. : Communalities

| | Initial | Extraction |
|-----------------------|---------|------------|
| age | 1.000 | .571 |
| diplôme | 1.000 | .509 |
| duree residence | 1.000 | .592 |
| P aménagement | 1.000 | .502 |
| P rurbanité | 1.000 | .560 |
| P attachement | 1.000 | .598 |
| P ambiances | 1.000 | .507 |
| P commerciale | 1.000 | .479 |
| P mobilité | 1.000 | .547 |
| CV fréquentation iour | 1.000 | .402 |
| transport | 1.000 | .360 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tableau 8.6 : Component Matrixa

| | Component | | | |
|-----------------------|-----------|---|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| age | .600 | | | |
| diplôme | | | | |
| duree_residence | | | .663 | |
| P_aménagement | | | | |
| P_rurbanité | .559 | | | |
| P_attachement | .643 | | | |
| P_ambiances | | | | |
| P_commerciale | | | | .623 |
| P_mobilité | -.580 | | | |
| CV_fréquentation_jour | | | | |
| transport | | | | |

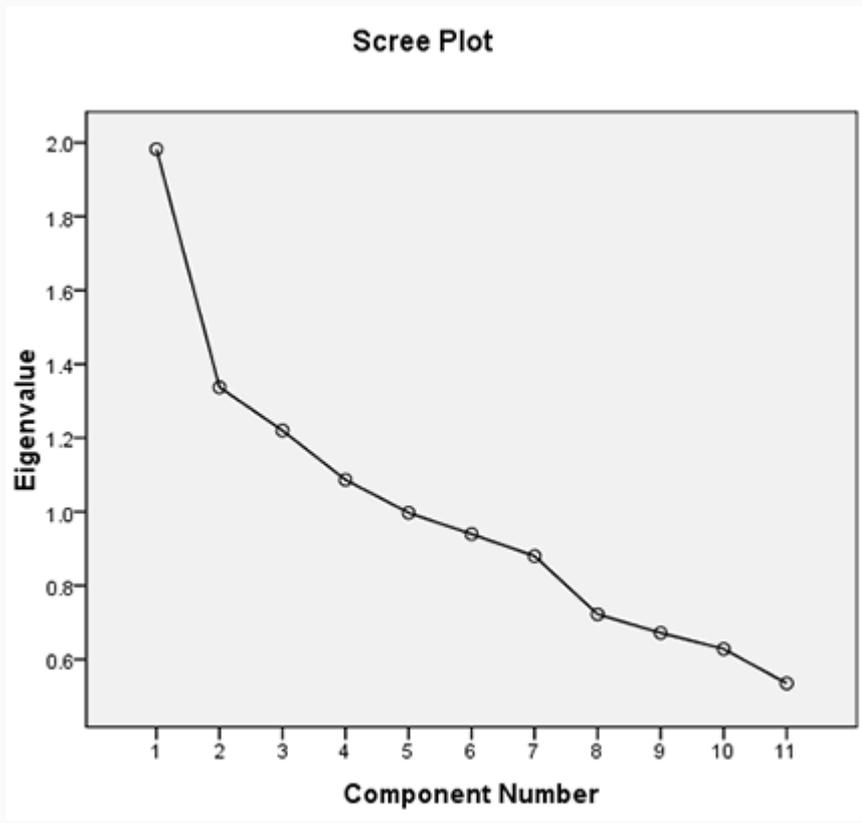
Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 4 components extracted.

Tableau 8.7. : Rotated Component Matrixa

| | Component | | | |
|-----------------------|-----------|-------|-------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| age | | | -.565 | |
| diplôme | -.702 | | | |
| duree_residence | | | | .698 |
| P_aménagement | | .708 | | |
| P_rurbanité | | | -.553 | |
| P_attachement | .725 | | | |
| P_ambiances | | | | .653 |
| P_commerciale | | | .537 | |
| P_mobilité | | .677 | | |
| CV_fréquentation_jour | | | .616 | |
| transport | | -.565 | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 8 iterations.

Figure 8.1. : Scree Plot



Julien Glasson, 2013

Annexe 4.2 : Analyse en composantes catégorielles

Comme déterminé dans la partie analyse du présent travail, la PCA porte également sur l'ensemble des variables ayant trait aux échelles sémantiques. Le choix de retenir 4 axes se justifie notamment, d'une part par la variance déterminée sur chaque axe factoriel, et d'autre part par un souci de comparaison des deux méthodes d'analyse.

Tableau 8.8. : Iteration History

| Iteration Number | Variance Accounted For | | Loss | | |
|------------------|------------------------|----------|------------|----------------------|---|
| | Total | Increase | Total | Centroid Coordinates | Restriction of Centroid to Vector Coordinates |
| 0 ^a | 5.692263 | .000700 | 3.830774E1 | 37.021250 | 1.286488 |
| 49 ^b | 6.404775 | .000010 | 3.759523E1 | 36.811327 | .783898 |

a. Iteration 0 displays the statistics of the solution with all variables, except variables with optimal scaling level Multiple Nominal, treated as numerical.

b. The iteration process stopped because the convergence test value was reached.

Tableau 8.9. : Component Loadings

| | Dimension | | | |
|-----------------------|-----------|-------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| age | .567 | .642 | | |
| emploi | .591 | .566 | | |
| duree_residence | -.480 | .585 | | |
| P_aménagement | -.437 | | .568 | |
| P_rurbanité | .595 | | | |
| P_attachement | .582 | | .454 | |
| P_ambiances | | | | .686 |
| P_commerciale | | | .652 | |
| P_mobilité | -.552 | | .426 | |
| CV_fréquentation_jour | | -.401 | | .537 |
| transport | | | | .436 |

Variable Principal Normalization.

Annexe 5 : Résumé des échelles sémantiques

Tableau 8.10 : Echelles sémantiques perceptives

| Variables | Graduations sémantiques | | | | |
|----------------------|-------------------------|---------------------|--------------------|------------------------|-------------------------|
| Aménagement | aime - - | aime - | indifférent | aime + | aime ++ |
| % de personnes | 35.5% | 32.0% | 23.5% | 7.5% | 1.5% |
| Mobilité | motorisée ++ | motorisée + | indifférent | durable + | durable ++ |
| % de personnes | 9.5% | 26.0% | 45.5% | 13.5% | 5.5% |
| Rurbanité | urbanité ++ | urbanité + | indifférent | ruralité + | ruralité ++ |
| % de personnes | 4.5% | 13.5% | 18.0% | 44.0% | 20.0% |
| Attachement | utilitaire ++ | utilitaire + | indifférent | symbolique + | symbolique ++ |
| % de personnes | 3.5% | 23.0% | 34.5% | 26.0% | 13.0% |
| Commercialité | expansion ++ | expansion + | indifférent | concentration + | concentration ++ |
| % de personnes | 4.0% | 3.0% | 66.5% | 8.0% | 18.5% |
| Ambiance | aime - - | aime - | indifférent | aime + | aime ++ |
| % de personnes | 0.0% | 8.5% | 40.0% | 32.0% | 19.5% |

Note : 200 répondants par variable perceptive pour une totalité de 780 occurrences de réponses sur les six échelles sémantiques

Tableau 8.11 : Echelle sémantique aménagement

| Aime - - | Aime - | Indifférent | Aime + | Aime ++ |
|-------------------------------|---|-------------|----------------------------------|--------------------------------------|
| Manque zones piétonnes en CV | Développement péri. Anarchique | | Pas l'impression d'être en ville | |
| Ville dortoire | Urbanisme sans vision à long terme | | Espaces publics | Végétalisation des rues |
| Urbanisme anarchique | Omniprésence du béton | | | Ville plate |
| Aménagement du centre-ville | Urbanisme concentré sur le centre-ville | | | Développement des transports publics |
| Architecture périphérique | Surcharge de voiture en centre ville | | | |
| Zones 30 km/h en centre-ville | | | | |
| Circulation en centre-ville | | | | |

Tableau 8.12 : Echelle sémantique mobilité

| Motorisée ++ | Motorisée + | Indifférent | Durable + | Durable ++ |
|---|--------------------------|-------------|---|---------------------------|
| Accès autoroutier aux villes régionales | Circulation générale | | Ville bien localisée par rapport aux TP | Manque de zones piétonnes |
| Circulation en centre-ville | Trop de zones 30 km/h | | Surcharge de voiture | Transports publics |
| | Encombrement en voitures | | Manques de mobilités douces | |
| | Coûts des stationnements | | | |
| | Manque de stationnements | | | |

Tableau 8.13 : Echelle sémantique rurbanité

| Urbain ++ | Urbain + | Indifférent | Rural + | Rural ++ |
|--------------------------------------|---------------------|-------------|----------------------------------|--------------------------|
| Ville commerciale | Vie nocturne | | Omniprésence du béton | Ville trop grande |
| Offre variée en loisirs et activités | Activités sportives | | Pas l'impression d'être en ville | Proximité de la campagne |
| Manque de manifestations | Animation | | Forêts | Proximité de la nature |
| Développement périphérique | | | Paysages | Ville rurale |
| | | | | Marché folklorique |

Tableau 8.14 : Echelle sémantique attachement

| Utilitaire ++ | Utilitaire + | Indifférent | Symbolique + | Symbolique ++ |
|-------------------|------------------------------|-------------|-----------------------|------------------------------|
| Ville commerciale | Café restaurants | | Musée Gruérien | Centre-ville historique |
| Nombreux services | Faible diversité de produits | | Monumentalité | Grand-Rue historique |
| | Offre en activités | | Place de l'Abbé Bovey | Architecture de la Grand-Rue |
| | | | Marché folklorique | Château |
| | | | | Hôtel de ville |
| | | | | Place du Tilleul |
| | | | | Attachement sentimental |
| | | | | Emblème de la Grue |

Tableau 8.15 : Echelle sémantique commercialité

| Expansion ++ | Expansion + | Indifférent | Concentration + | Concentration ++ |
|--------------------------------------|-------------------------------|-------------|-------------------------------|--|
| Développement des services | Ville commerciale | | Manque commerces de proximité | Trop de zones commerciales |
| Développement des zones commerciales | Faible diversité des produits | | Bon commerce de centre-ville | Concentration commerciale |
| | | | | Concentration des cafés et restaurants |

Tableau 8.16 : Echelle sémantique ambiance

| Aime - - | Aime - | Indifférent | Aime + | Aime ++ |
|------------------|------------------------------|-------------|----------------------|------------------|
| Ville étouffante | Mauvaise gestion des déchets | | Bonne ambiance | Ville conviviale |
| | Vandalisme | | Belle ville | Bon cadre de vie |
| | | | Ville calme | Ville agréable |
| | | | Peu de pollution | |
| | | | Ville plaisante | |
| | | | Ville chaleureuse | |
| | | | Propreté de la ville | |