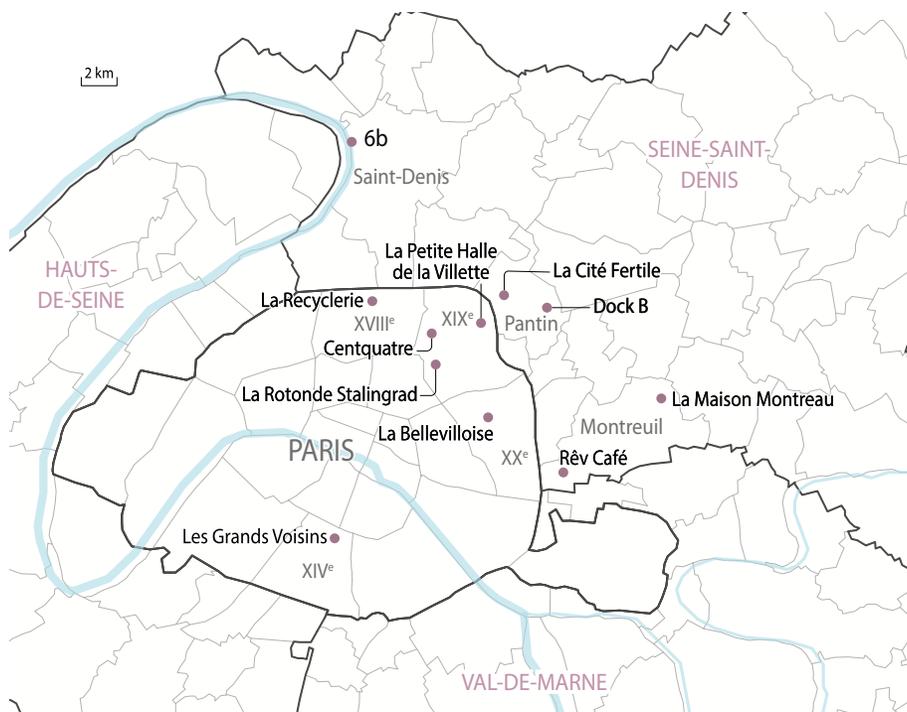


Des laboratoires de la ville de demain

Les tiers-lieux cherchent la recette de la diversité sociale

*Rencontre avec les gestionnaires de
ces lieux de tous les possibles, à la fois
espaces de convivialité, de culture,
de solidarité, d'échange, de travail...*



Endroits de sociabilité autres que le domicile et le travail (café, bibliothèque, centre culturel...), les tiers-lieux constituent un excellent terrain d'expérimentation en matière de mixité sociale. Le réseau de tiers-lieux est dense à Paris, on en dénombre 77, et ils sont surtout situés dans les arrondissements du Nord-Est de la capitale (9^e, 10^e, 11^e et 12^e arrondissements), en raison des loyers moins élevés et de la forte présence de travailleurs indépendants. Dans cette diversité d'endroits, il est difficile d'évaluer la « réussite » d'un lieu en terme de mixité sociale. D'abord parce qu'il est impossible de mesurer finement la mixité d'un lieu. Aucun chercheur, aucun journaliste, n'a compté le nombre de pauvres et de riches, de noirs et de blancs, de jeunes et de vieux, de diplômés et de non-diplômés présents dans ces lieux, à tel ou tel moment de la journée, sur des semaines ou des mois, pour élaborer des statistiques. Et même s'il était possible de quantifier la mixité sociale, encore faudrait-il pouvoir en mesurer la « qualité ». « Il ne suffit pas de mettre des personnes de différents horizons dans un même espace pour dire qu'on a de la mixité, sinon le Starbuck des Champs-Élysées, très bigarré, serait le champion de la mixité », lance Renaud Barillet qui sévit dans de nombreux lieux parisiens comme La Bellevilloise, mais gère aussi La Rotonde Stalingrad, La Petite Halle du parc de La Villette et plus récemment Dock B à Pantin. « Il faut aussi se demander ce qu'on veut leur faire partager. Un lieu insipide peut pratiquer de la mixité mais qu'est-ce que cela apporte qu'il y ait, par exemple, vingt nationalités dans une salle si personne ne se

parle ? » Concept flou ne reposant sur aucune objectivité scientifique, la mixité sociale demeure un idéal difficile à appréhender.

Parfois, pourtant, lorsqu'on observe attentivement ce qu'il se passe dans ces lieux, on « sent que ça marche ». Au Rêv Café, à Montreuil, les cadres supérieurs qui le fréquentent n'ont pas l'air choqué de voir une personne sans-abri se laver les cheveux dans les toilettes, ou que les familles laissent leurs enfants jouer avec un SDF. En revanche, dans un autre tiers-lieu, les consommateurs ne semblent pas refléter la population pauvre du quartier. Il est facile de se laisser aller à ces jugements hâtifs : la mixité s'exprime selon les lieux de diverses façons, à des moments différents de la journée ou de la semaine.

Même si la « recette magique de la mixité sociale » n'existe pas, nous avons décidé d'aller à la rencontre des gérants, des serveurs, des personnels de sécurité et autres membres des équipes des tiers-lieux. Ainsi, ils nous ont expliqué que, pour que la mayonnaise prenne, il est nécessaire de prendre en compte une foule de détails et de paramètres, tout en gardant à l'esprit que le moindre faux pas peut être fatal... Car tout est question de « signaux ». D'une part, les bons à envoyer aux différents types de populations pour qu'ils fréquentent les lieux. D'autre part, les mauvais à éviter pour que

personne ne se sente exclu, pas à sa place. Délicat. De façon très schématique, on pourrait résumer ainsi les efforts menés : il s'agit de donner à des populations diverses l'envie de venir, des raisons de fréquenter le lieu, tout en parvenant dans le même temps à ne donner à personne de raisons de ne pas venir. Cela peut paraître simple. En pratique, c'est un casse-tête.

RAPPORTS DE BON VOISINAGE À LA RECYCLERIE

Sur les 637 adhérents des « Amis recycleurs », l'association de La Recyclerie, 328 habitent le 18^e arrondissement et 33 vivent dans la commune adjacente de Saint-Ouen, située de l'autre côté du périphérique en Seine-Saint-Denis, selon les responsables du lieu. Près de six adhérents sur dix sont donc des « voisins ». La cotisation annuelle de 30 euros permet d'emprunter les objets partagés de l'atelier de réparation, de bricoler sur place, de participer aux animations à tarif préférentiel, de faire réparer gratuitement électroménager et petit mobilier, de collecter des œufs, etc.

Multiplicité des programmes

Comment donner à des populations d'horizons variés l'envie de passer la porte ? En en proposant pour tous les goûts, sur les cartes et menus comme dans la programmation artistique, culturelle, musi-

cale, etc., répondent assez naturellement les responsables interrogés. Ne pas hésiter à mélanger les genres est en effet une marque de fabrique des tiers-lieux, où s'enchaînent diffusions de match et ateliers d'initiation à la céramique. Ateliers de conversation pour les demandeurs d'asile et marchés bio. Concerts de rappeuses, house péruvienne, workshops de danse afro et soirées metal-punk. Cela semble *a priori* facile de mêler les genres, mais pour viser juste, encore faut-il connaître suffisamment les publics que l'on veut attirer. À cet égard, l'expérience de Morgane Mazain, la directrice de la Maison Montreuil à Montreuil, est parlante. L'établissement qu'elle dirige depuis 2018, niché à l'entrée d'un très joli parc du Haut-Montreuil, est une auberge qui fait aussi cantine, bar, organisation d'événements. « À la Maison Montreuil, au début, nous ne savions pas sur quel pied danser en matière de programmation, se souvient-elle. Nous étions partis sur des animations très « urbaines » – apéros-abdos, yoga, etc. Sans beaucoup de succès. Nous ne sommes pas dans le Bas-Montreuil mais loin de Paris et dans un

parc. Nous avons plus de flair maintenant : ce qui fonctionne ici, ce sont les événements ludiques s'adressant à la fois aux parents et enfants – concerts, ateliers créatifs, cinéma, ventes solidaires, « crêpes-party ».

Cette attention aux goûts des habitants du territoire est également de mise au 6b, un ancien immeuble de bureau, aussi vétuste qu'imposant, qui accueille deux cents structures et artistes résidents, devenu aussi un haut lieu de la fête à Saint-Denis. « Les gens du quartier nous ont fait comprendre qu'ils se reconnaissent mieux dans les événements à taille humaine que dans les fêtes géantes rassemblant des milliers de personnes », témoignent Pascaline Simon et Hélène Lust, respectivement administratrice de production et chargée de médiation culturelle. « Nous organisons donc de moins en moins d'événements massifs en extérieur et de plus en plus de soirées au sein du restaurant. »

Quand on discute avec des responsables de la programmation musicale des tiers-lieux, un écueil émerge rapidement. La variété, d'accord, martèlent-ils, mais pas question de céder à

la facilité et de sélectionner tel événement pour satisfaire des quotas de population. « Bien sûr, un festival hip-hop va attirer 95 % de personnes noires alors qu'un festival électro, ce sera 90 % de personnes blanches, mais nous ne faisons pas de la programmation "putassière", nous choisissons nos programmes pour leur qualité », insiste Stéphane Vatinel, directeur général de Sinny&Ooko, qui gère, notamment, La Recyclerie, dans le 17^e arrondissement, et La Cité Fertile à Pantin. Même son de cloche au Centquatre, ancien service municipal des pompes funèbres du 19^e arrondissement de Paris qui a fait le grand écart en 2008 en passant du monde des croque-morts à celui de la culture. « La programmation est artistique avant tout, les choix ne sont pas réalisés dans le but d'attirer tel ou tel public, c'est seulement dans un deuxième temps que nous faisons en sorte que chacun trouve sa place, en travaillant sur le contenu pour qu'il crée du lien et puisse parler à des publics différents », indique Delphine Marcadet, la directrice des publics.

Le menu, élément clé

Côté bar et restaurant, la priorité est aussi de n'oublier personne. Faire cohabiter sur une même carte un verre de rouge premier prix et un vin biodynamique quatre fois plus cher n'est pas simple, d'autant que sa politique tarifaire contribue fortement à construire l'identité d'un lieu. En s'affranchissant d'un positionnement précis et en mêlant les



La Cité Fertile est un tiers-lieu d'1 ha installé sur le site de l'ancienne gare de marchandises de Pantin. ©A. Blondel

« genres », on brouille les pistes, comme en témoigne Renaud Barillet. « Il y a ceux qui veulent prendre une Beck en terrasse à 2,50 € et ceux prêts à lâcher 10 € pour une Brooklyn, souligne-t-il. Il en faut pour tout le monde. » Mais proposer une large fourchette de prix est un casse-tête, notamment parce que les brasseurs souhaitent des exclusivités.

La carte est l'un des éléments qui envoie le plus de « messages » à la clientèle. Comment avoir l'air inclusif quand on sert du cola artisanal du Vexin ou de la Bionade au sureau ? Comment, à l'inverse, accepter l'inacceptable idée que « les gens » des quartiers populaires n'ont pas droit au bio ? Chacun tente de résoudre cette difficile équation à sa façon. « On ne peut pas se passer de coca », estime Estelle Renard, responsable d'exploitation au Rêv Café. « C'est une référence. C'est trop clivant, de faire le choix de ne pas en proposer, on passerait pour un lieu de bobos. Mais nous n'avons pas d'autres sodas. » De même, « les goûts alimentaires, c'est très discriminant. Ne pas servir de steak-frites est clivant », rappelle l'urbaniste Gwenaëlle d'Aboville. Derrière les bonnes intentions, les faux pas sont parfois inévitables. Contrairement aux apparences, l'alimentation « ethnique » n'est pas forcément inclusive et répond parfois surtout aux goûts de Parisiens en mal d'exotisme. Malgré ses purées de patate douce et ses yassas, le Café Caché du Centquatre n'attire pas les gens du quartier. La « vodka bissap » illustre bien cette complexité. Le jus de bissap étant une boisson populaire au Sénégal et la population sénégalaise étant majoritairement musulmane, l'association bissap-alcool pose question. Ce cocktail « témoigne d'un désir d'aventure, de mélange des genres, mais c'est dans ce désir pourtant sincère qu'on se montre au final le moins ouvert possible », note G. d'Aboville. Un tel mélange des genres peut sonner comme une « appropriation néocoloniale d'un aliment », pour reprendre l'expression du géographe Antoine Fleury, et se révéler contre-productif.

Diversifier les portes d'entrée

Pour attirer des publics différents, une autre stratégie est de multiplier les portes d'entrée, les motifs de visite grâce à des « sous-espaces ». Cela fait généralement partie de l'ADN de ces établissements. La version basique du tiers-lieu qui consiste à associer un espace culturel à un espace de convivialité – restauration et service de boissons –, a peu de chances d'attirer les publics les plus défavorisés qui se sentent généralement exclus du monde culturel et n'ont pas grand-chose à dépenser dans un restaurant. C'est pourquoi il vaut mieux multiplier les motifs de visite pour attirer différents publics. Cette stratégie semble payer au Centquatre. Si le restaurant et le bar ne séduisent que peu les jeunes des environs, de l'aveu même du personnel, ces derniers se retrouvent facilement dans les espaces mis à disposition pour les pratiques libres (danseurs de hip-hop, etc.). Deux autres lieux ont également été pensés pour attirer les familles des environs : la boutique Emmaüs Défi et la Maison des Petits qui accueille gratuitement depuis dix ans les 0-6 ans. « La question qui se posait avant l'ouverture était comment faire entrer les familles du quartier dans ce lieu d'art. La Maison des Petits a ainsi été spécifiquement imaginée pour favoriser la mixité sociale », explique Nicole Roux, la responsable de ce service. « Pour venir, le critère n'est pas d'aimer l'art, mais d'avoir des enfants ! Cela concerne bien plus de gens... On attire des familles d'origines très différentes, certaines ont des appartements exigus et profitent de notre espace, d'autres sont des fans de design, ou viennent parce qu'il pleut. »

Autre exemple, à La Recyclerie, les lieux dans le lieu sont la « ferme urbaine » et l'« atelier de réparation de René », gérés par l'association Les Amis recycleurs qui porte le projet pédagogique du site. Avec, là aussi, un certain succès : environ 60 % des

« DÉSORMAIS, IL EST NORMAL D'ALLER PIQUE-NIQUER AU MUSÉE ! »

Favoriser la mixité sociale dans un lieu demande du temps, n'est-il pas illusoire d'espérer la faire progresser via des projets éphémères ? Pire, ne sont-ils pas source de frustration, de déception pour les populations locales à leur départ ?

L'éphémère complique les choses. C'est un sujet grave, la mixité sociale. Quand on demande « qui est partant pour partager sa vie avec moi ? », pour préciser ensuite « deux ans de sa vie », ça sème le doute sur les motivations... On pourrait se dire que la mixité sociale est un sujet bien trop important pour qu'on s'épuise sur une mission courte qui ne se révélera pas idéale pour la favoriser à long terme sur un territoire.

Les tiers-lieux éphémères visent souvent à faire une démonstration collective, à montrer que tout est possible, à semer des graines, en espérant que la population locale prendra ensuite le relais. Dans les faits, c'est compliqué et les projets sont complexes à transmettre. Les tiers-lieux coûtent très chers et les faire vivre demande de grandes compétences professionnelles.

Doit-on en conclure que les projets éphémères représentent, au regard toujours de l'objectif de mixité sociale, un gâchis de temps et de compétences ?

Non, les tiers-lieux, même éphémères, ont contribué à casser les codes en matière de représentation des services publics et des espaces culturels. On oublie un peu vite qu'il y a vingt ans, la culture était encapsulée dans des lieux très précis, répondant à des codes eux aussi très définis. Tout a bien changé... Ces lieux éphémères sur lesquels on a maintenant des années de recul laissent indéniablement derrière eux un héritage intéressant pour les autres lieux. Ce qu'ils nous disent, c'est qu'il faut arrêter

de se définir dans des cases précises – commerce ou pas, culturel ou pas, jour ou nuit. Ce sont, dans l'idée, des lieux de possibles qu'on peut s'approprier et qui misent sur la convivialité, le confort, l'accueil de tous. Il est frappant de voir comme de plus en plus d'espaces publics traditionnels s'inspirent de tout cela, se rendent compte qu'ils n'étaient pas assez ouverts, conviviaux. Il n'y a aujourd'hui presque plus d'espace culturel sans bar, même dans les médiathèques on en trouve désormais.

Les tiers-lieux ont cassé l'opposition entre lieu culturel et le reste. Je pense par exemple à la médiathèque Estaminet de Grenay, dans le Pas-de-Calais, qui abrite aussi une PMI (protection maternelle infantile) et une mission locale (aide à l'orientation, accompagnement de démarches, etc.) : la salle d'attente de la PMI est la salle petite enfance de la médiathèque, quand les parents attendent, les enfants lisent. Ils diffusent des matchs de foot, aussi. Ils ont cassé les codes de la médiathèque, s'inspirant de l'héritage des tiers-lieux. Les codes, c'est intimidant, toute une partie de la population ne se sent pas à sa place.

L'héritage des tiers-lieux, indéniable pour les équipements et espaces culturels publics, a-t-il un pendant dans les espaces à vocation économique ?

C'est plus compliqué, mais l'on sait maintenant qu'on peut faire vivre un bar sans discrimination à l'entrée. Ces tiers-lieux éphémères auront peut-être exprimé que la mixité sociale n'est pas un frein au succès d'un lieu. Les restaurateurs et autres responsables de bar pourront s'en saisir. Dans les faits, il est toutefois plus difficile de mesurer cet héritage côté « lieux commerciaux ». **PROPOS RECUEILLIS PAR A. B.**



Le Rêv Café, à Montreuil, pratique le « café suspendu » : un client paie un café qui est noté sur une ardoise pour être ensuite offert à une personne démunie.

© A. Blondel

adhérents habitent les environs. Quant au 6b, il loue une salle de répétitions à tout petit prix, 5 euros de l'heure, pour attirer les groupes du quartier, et disposera bientôt d'un jardin pédagogique. « Nous multiplions ainsi les micro-portes d'entrée. Chez nous, c'est expérimental, ça se fait pas à pas », expliquent nos deux interlocutrices du 6b.

Attention, proposer différents espaces ne suffit pas, sauf à admettre que les différentes populations restent cloisonnées. Il faut ensuite favoriser les interactions. « À partir de la Maison des Petits, on amène les familles sur les autres propositions du Cent-quatre, témoigne Nicole Roux. On les emmène visiter des expositions, ou les artistes viennent les rencontrer directement ici. Sinon on leur propose un coloriage sur l'expo du moment, cela suscite des questions, et on leur donne alors une invitation pour la visiter, en leur demandant de revenir nous dire ce qu'ils en pensent... »

Pour attirer les plus défavorisés, de nombreux tiers-lieux jouent par ailleurs la carte de la solidarité, plus ou moins clairement selon les établissements. Pratique la plus courante : le « café suspendu » (un client paie un café, il est noté sur une ardoise pour être offert à une personne démunie). Qui se décline parfois en « plat suspendu », « dessert suspendu »... Au Rêv Café, il y a aussi ce « frigo coopératif », installé par une association et dans lequel les uns déposent et les autres se servent. Sans oublier les permanences d'écrivains publics et, à disposition dans les toilettes, des protections périodiques et des couches pour bébé.

Le temps, meilleur allié

Un lieu peut être accueillant et solidaire, avoir une programmation et des menus pensés pour plaire au plus grand nombre, mais comment les publics visés pourraient-ils le savoir s'ils n'y sont jamais entrés ? Une évidence à laquelle se sont heurtés tous les responsables interrogés : les plus défavorisés ne poussent souvent pas la porte d'eux-

mêmes. « Le public parisien ose entrer dans un tiers-lieu, faire du coworking avec un ordinateur, c'est dans ses habitudes, mais il est parfois plus difficile de faire franchir la porte aux gens du quartier », témoigne Morgane Mazain. « Mettre une affiche pour dire qu'on sert des cafés suspendus ne suffit pas, certaines personnes ne savent pas lire ou ne parlent pas français », ajoute Gala, employée du Rêv Café. D'où la nécessité « d'aller chercher » ces publics, de sortir de ses murs, martèlent les gestionnaires. Faire passer la porte du lieu est le premier des défis. Si vous demandez à Renaud Barillet ce qu'il ferait avec plusieurs dizaines de milliers d'euros de budget supplémentaires, il répond qu'il créerait « un poste dédié aux relations avec le public, pour aller à la rencontre des lycées des environs, des associations, etc. ». Attirer d'autres publics nécessite souvent de solliciter des acteurs associatifs et sociaux du quartier. « Quand on a commencé, on a pris une carte des environs, et nos pieds, pour aller à la rencontre des acteurs du territoire, se souvient Delphine Marcadet. Nous sommes entourés de quartiers prioritaires et avons la chance qu'il y ait ici un important maillage associatif avec lequel nous pouvons travailler. Nous nous mettons au service des enseignants, des centres sociaux, des associations. » Idem à la Maison des Petits : « À l'ouverture, j'ai pris le bottin et suis allée vers les différentes structures qui maillent le territoire, les écoles, les crèches, les haltes garderies, etc. », raconte Nicole Roux. Au Rêv Café, l'installation gratuite d'un écran géant et d'une tireuse à bière au moment de la Coupe d'Afrique des nations a permis d'attirer davantage de gens du quartier. « Jusque-là on nous voyait comme un lieu de bobos mais cet événement a changé la perception que les voisins avaient de nous », se réjouit Estelle Renard.

Se faire connaître, aller chercher les publics, gagner leur confiance : tout cela prend du temps. « On communique beaucoup par flyers, par affichage ou dans le journal municipal. Sur les réseaux sociaux aussi, mais ce vecteur fonctionne peu avec les gens du quartier. Ce qui marche le mieux est le bouche-à-oreille. Généralement, il faut connaître quelqu'un qui est déjà venu pour venir à son tour », constate Morgane Mazain. « Les personnes dans le besoin se passent le mot progressivement, beaucoup entrent en disant « on m'a dit qu'il y avait des cafés offerts », ou certaines personnes déjà venues viennent montrer le lieu à d'autres », confirme Gala. Bref, c'est en travaillant dans la durée qu'il est possible de diversifier la clientèle d'un établissement. Une contrainte difficile à concilier avec le caractère temporaire de certains projets. « Tout se tricote dans la relation humaine, il faut aller parler aux gens, distribuer des flyers, déposer des affiches dans les commerces, en coller dans la ville, ça nous prend plus de temps et d'énergie que de créer un événement sur Facebook mais c'est ce qui fonctionne à long terme », expliquent Pascaline Simon et Hélène Lust. « Les choses se construisent petit à petit. Le temps est une donnée clef. C'est pour cela que nous ne pensons pas que ce soit possible quand on est un lieu éphémère, « en mode projet ».

Pas touche à la pinte de blonde !

Comme toute relation de confiance, fidéliser des publics variés est donc une tâche longue et difficile. Et d'autant plus ingrate qu'un seul signal négatif envoyé et tout un segment de la clientèle peut se sentir exclu. Il s'agit donc de ne pas envoyer de signaux intimidants, susceptibles d'inciter certains publics à s'auto-interdire le lieu. Le plus important des signaux négatifs : des prix trop élevés et l'absence de propositions gratuites. Tous les responsables interrogés indiquent faire un effort pour pratiquer des petits prix. « Le Centquatre est très vigilant sur sa politique tarifaire, nos expositions par exemple coûtent 3, 5 ou 8 euros selon les publics, et il y en a toujours une partie en accès

libre », illustre Delphine Marcadet. De son côté, le 6b applique souvent un tarif réduit aux habitants de Saint-Denis et de l'Île-Saint-Denis. Côté bar et restaurant, on insiste sur l'importance des prix d'appel. « Certains fournisseurs sont sensibles à notre démarche solidaire, ils savent que c'est difficile financièrement pour nous et jouent le jeu en nous faisant des prix », témoigne Estelle Renard, du Rêv Café. Elle indique avoir récemment « dû augmenter légèrement les prix des consommations » pour la santé financière du lieu, mais aussi pour « garder cette image d'endroit pas cher, ouvert à tous », elle n'a pas modifié ceux des produits d'appel. « Nous n'avons touché ni au vin le moins cher, ni au café, ni à la pinte de blonde ».

Autre attitude qui rebuterait à coup sûr ceux qui ont peu de moyens : pousser à la consommation. C'est pourquoi, les tiers-lieux font généralement le choix d'un service au comptoir plutôt qu'à table, et donnent pour consigne aux serveurs de ne pas relancer les clients dont le verre est vide, ne pas débarrasser avant leur départ. « C'est une règle d'or chez nous : le service se fait au bar et on ne débarrasse pas la table si les personnes sont encore là. Certes, on a toujours des gens qui, n'ayant pas l'habitude, s'agacent qu'on ne soit pas encore venus les servir alors qu'ils sont assis depuis dix minutes, mais l'important est de faire passer le message que si vous voulez consommer, c'est votre choix, il faut vous déplacer pour le manifester », relate Stéphane Vatinel. Certains des responsables interrogés expliquent d'ailleurs que la consommation n'est pas obligatoire chez eux. Voire laissent les clients consommer des produits apportés – parfois en le disant clairement, parfois en le tolérant. « Une association vient par exemple donner des cours de conversation aux étrangers à La Recyclerie, on les accueille, ils ne sont pas obligés de consommer, on les laisse apporter leurs sodas », illustre Stéphane Vatinel. Au Centquatre, il est possible de s'installer dans les espaces en libre accès avec ses boissons, même s'il y a un restaurant et un café sur place. Les jeunes danseurs de hip-

DES PREMIERS PRIX ACCESSIBLES

	Expresso	Sirop à l'eau	Demi le moins cher	Pinte la moins chère	Vin le moins cher
Café Caché (104)	2,30 €	2,50 €	3,40 €	6,50 €	4,50€
Cib (6b)	ABS	ABS	3 €	5 €	2 €
Dock B	2 €	1,50 €	3,50 €	6,50 €	4 €
L'Oratoire (Grands Voisins)	1,50 €	1,50 €	3 €	6 €	3 €
La Source (Cité Fertile)	2 €	1 €	3,50 €	6 €	3,50 €
Pavillon des Canaux	2 €		3,80 €	6,50	4 €
La Recyclerie	2 €	1 €	3,50 €	6,50	3,50 €
Maison Montreau	1,20 €	1,20 €	ABS	ABS	3,50 €
Rêv Café	1,50 €	1 €	2,50 €	5 €	2,50 €

LES PRIX D'APPEL EN QUESTION...

Pour convenir aux plus de bourses possibles, les gérants interrogés insistent sur l'importance de pratiquer des petits prix sur les produits d'appel. Voici les prix relevés en février 2020 pour cinq boissons basiques (en salle, hors happy hour).

hop y sont chez eux, avec leurs bouteilles d'eau et leurs barquettes de carottes râpées du supermarché. « C'est à double tranchant bien sûr, la consommation non obligatoire, les jeunes des cités savent maintenant qu'ils peuvent venir sans consommer, certains vont rester toute la journée. Mais on ne les met pas dehors, tant pis, ça fait partie du jeu de la fameuse mixité », complète Estelle Renard.

Autre signal à éviter : un personnel de sécurité trop ou pas assez présent. Là-aussi, l'équilibre est difficile à trouver. Comment concilier sentiment de sécurité pour tous, sans que personne ne se sente trop « fliqué » ? Délicat équilibre. « Quand vous avez trois agents à l'entrée de certains tiers-lieux, et pas forcément accueillants, cela peut dissuader certaines personnes de les fréquenter », souligne Antoine Fleury. Renaud Barillet témoigne à propos de La Rotonde de Stalingrad dont les environs sont très prisés par les dealers : « Ici, ce dispositif de vigiles très costauds peut paraître anti-mixité, en empêchant certaines personnes d'entrer, mais il contribue à préserver la mixité dans le quartier, sinon les gens ne viendraient plus. Réussir à concilier sécurité, bonne ambiance et non-discrimination doit être l'objectif d'une équipe de sécurité. Cela implique bien sûr d'en discuter au préalable avec les videurs. Nous leur demandons par exemple de se tenir de profil à la porte, pas de face, le signal n'est pas le même... » Alan, agent de sécurité aux Grands Voisins, va dans le même sens : « On est là pour qu'il n'y ait pas de bagarre ici, pas de vol, etc. Mais la sécurité, c'est aussi marquer une présence, pas forcément intimider. Rassurer, dialoguer. Avec le temps, on commence à connaître tout le monde, les fumeurs, ceux qui viennent pour voler, ceux qui peuvent se montrer agressifs, on sympathise, tout en imposant le respect. » Les responsables du Centquatre insistent sur le travail mené avec les membres de l'« équipe d'accueil », un terme préféré à celui d'« agents de sécurité. » « Pour entrer, il suffit de montrer son sac à un agent disposé volontairement non pas au seuil mais en recul par rapport aux entrées, pour ne pas intimider », détaille Delphine Marcadet. « Nous ne demandons pas à nos visiteurs ce qu'ils viennent faire et refusons les portiques, ce serait un signal trop négatif. Pourtant, peu de lieux accueillant 600 000 visiteurs par an s'en passent. » Cela demande une certaine souplesse des règles, remarque-t-elle : « Une chorale de 40 personnes, un match de badminton ou un pique-nique d'anniversaire sera toléré quand le lieu est peu fréquenté, mais pas aux heures d'affluence. Il n'y a pas une liste d'usages du lieu autorisée ou pas, on explique aux gens, ils comprennent, on parie sur le bon sens. » Au Rêv Café, Gala se souvient de périodes difficiles : « Des gens se battaient souvent, venaient bourrés, nous ne savions pas quoi faire. Nous avons discuté avec des centres sociaux et nous avons compris que parfois, il faut se montrer ferme et interdire aux personnes d'entrer pendant des semaines. C'est très dur pour nous de demander à quelqu'un qui a froid de rester dehors... Mais c'était un passage obligé. »

L'architecture parle

Les « signaux intimidants » sont parfois envoyés par la simple configuration ou architecture des lieux. Renaud Barillet en témoigne : « À La Rotonde, le lieu central impressionne, certains publics n'entreront pas. Ce n'est pas le cas de notre jardin, avec son allure un peu bancale, ni des cabanes de restauration extérieures, avec leur bardage en bois. C'était pensé pour être provisoire, d'où leur aspect brut, mais finalement, mieux vaut garder cet espace qui impressionne moins que l'intérieur ». Une vision partagée par Antoine Fleury : « Celui qui n'est pas habitué à fréquenter des espaces culturels poussera plus facilement les portes du Centquatre, espace semi-ouvert, traversant, que celles de la Maison des métallos, située au bout d'une cour où l'on n'ose pas forcément

entrer ». La communication, la connaissance de son public et la capacité d'anticiper ses réactions sont des clefs pour éviter les impairs. « Nous communiquons beaucoup avec les familles que nous estimons impressionnables. Quand un artiste intervient à la Maison des Petits, nous prévenons celles qui viennent quotidiennement, pour éviter qu'elles ne soient surprises », dit Nicole Roux, dont l'équipe est essentiellement composée de psychologues. « On veille aussi à faire en sorte qu'il y ait toujours des espaces disponibles au Centquatre pour les pratiques libres, explique Delphine Marcadet, que les événements organisés ne prennent jamais toute la place, que les publics habituels ne se sentent jamais chassés, nous faisons très attention. » La maladresse peut relever de détails apparemment anodins. « J'avais à la Bellevilloise un responsable de bar qui dressait les tables dès 18 heures, pour gagner du temps. Voyant une table dressée, certaines personnes n'osaient pas entrer pour seulement prendre un verre. La scénographie compte », illustre Renaud Barillet.

Favoriser les interactions

En diversifiant les plaisirs, il n'est finalement pas si compliqué de faire venir dans un même lieu des populations variées à des moments différents. Mais comment faire en sorte qu'ils viennent en même temps et aient l'occasion de se rencontrer ? Au Centquatre, une réflexion sur les heures d'ouverture s'est imposée. « Des horaires étendus sont essentiels, n'ouvrir que le soir restreint l'accès. Nous tâchons aussi de faire en sorte que les différents publics se croisent, par exemple en programmant nos événements

culturels du soir plus tôt et en laissant à l'inverse nos espaces en libre accès ouverts plus tard. Ainsi, le public de la journée, comme les jeunes danseurs de hip-hop, peuvent croiser en fin de journée le public venant pour un spectacle. »

À la Maison des Petits, le design a pour mission de faire « communiquer » les publics. « Quand les parents posent les bébés au centre d'un cercle et vont s'asseoir autour en se faisant face, ils sont obligés de se parler. L'espace est pensé pour les mettre en relation », explique Nicole Roux. Quand il s'agit de faire se croiser les publics, un lieu vaste est un atout indéniable. « Pour la musique comme pour l'alimentation, il ne faut pas se voiler la face, ni s'en formaliser : il y a une diversité de goûts, correspondant à des sphères différentes. Difficile d'y faire quelque chose. Une programmation variée ne garantit pas la mixité, les publics différents ne viennent pas à la même soirée, pas le même jour. N'empêche, avec un lieu vaste, on peut vraiment travailler



En accès libre, les grands espaces du Centquatre attirent les jeunes du 19^e arrondissement de Paris.

© A. Blondel.



La Recyclerie,
une gare de la
petite ceinture
reconvertie en
bistro.

TROIS QUESTIONS AU DIRECTEUR GÉNÉRAL DE SINNY&OOKO STÉPHANE VATINEL

« ON NOUS DEMANDE DE FAIRE CE QUE LE KEBAB DU COIN OU LE COFFEE SHOP DU MARAIS NE FAIT PAS ! »

Stéphane Vatinel, gère, notamment, La Recyclerie à Paris et La Cité fertile à Pantin

Le contraste est frappant entre les clients de La Recyclerie, principalement blancs, et la population haute en couleurs fréquentant la porte de Clignancourt.

Peut-on parler de mixité sociale ?

Notre clientèle est blanche pour l'essentiel mais présente quand même une certaine diversité culturelle et sociale. La journée, viennent les habitants moins favorisés du quartier, alors qu'après 18 heures, pour l'apéro, le lieu est surtout fréquenté par des gens avec un peu plus de moyens. Que voulez-vous que j'y fasse ? Mettre un quota à l'entrée ? « Non, j'ai déjà trois blancs, maintenant je veux un noir ! » Après, « est-ce que certaines catégories ont envie d'entrer ? » On ne va quand même pas aller les chercher dans la rue, restons lucides, nous sommes un lieu marchand. Surtout, on nous demande, à nous, de faire ce que le kebab du coin, le McDo ou le coffee shop du Marais ne font pas. Ils ont tous un profil de clients très marqué, personne ne critique. Notre clientèle est plus variée mais ce n'est jamais assez.

Que répondez-vous quand on vous reproche de ne pas être assez connecté à vos territoires ?

On se pose la question de la boboisation de certains quartiers populaires mais l'appauvrissement de l'offre là-bas ne choque pas... À la Cité fertile, à Pantin, le territoire était

abandonné, coincé derrière le faisceau ferroviaire. Autour de La Recyclerie, on avait juste le choix entre McDo et KFC, ceux qui voulaient mieux devaient aller voir ailleurs ! Nous avons diversifié l'offre. Réveiller des quartiers est notre vocation. N'empêche, on nous demande toujours de justifier notre présence en nous rabâchant qu'on amène des bobos dans un coin défavorisé. Faudrait laisser la place à ceux qui vendent de la m... pour cher et embauchent avec des contrats précaires ? Je refuse. Eux pourtant, on ne les critique pas. Je revendique haut et fort de faire des lieux pas chers, pour tous.

Les critiques sont dures à accepter dans ce contexte ?

Quand on se fait allumer sur la gentrification, ça me blesse quand même... Au McDo, vous ne pouvez aller aux toilettes si vous ne consommez pas, chez nous l'accès est libre. Les mecs qui trafiquent sur la place le font. Des nanas aussi. Des étudiants prennent un café et restent 5 heures, se servent du pain gratos, profitent du wifi. Dans un lieu standard, on leur demanderait vite de plier bagages... Et on nous taxe de gentrificateurs ! Qu'est-ce qu'on peut faire de plus ? On crée des lieux dans lesquels on va pouvoir passer des messages sociaux et environnementaux, je suis heureux qu'on puisse avoir une petite influence, d'avoir l'impression de faire quelque chose de plutôt sain malgré les critiques, et sans subvention..

PROPOS RECUEILLIS PAR A. B

sur l'espace-temps et mélanger les genres », note Renaud Barillet. Il livre sa recette : « Si vous organisez deux soirées en même temps, disons une soirée hip-hop salle A, une soirée électro salle B, et qu'en plus vous disposez d'un espace de convivialité C, cela rend les rencontres possibles. Une fois, à Dock B, je me rappelle avoir été touché de voir qu'au restaurant se mêlait assez naturellement les personnes d'origine africaine participant à une fête associative sur le parvis et les startapers qui avaient organisé un autre événement à l'intérieur. C'est aussi ça, assurer la mixité : oser faire cohabiter des populations qui se croisent rarement d'ordinaire. » Un raisonnement qui vaut aussi pour le Centquatre : le brassage de populations n'y serait pas le même sans ses vastes espaces en libre accès.

Des regards sévères

Que conclure de ces entretiens ? Une certitude émerge : les attentes autour des tiers-lieux sont importantes, parfois excessives. Faire venir dans ces établissements des populations n'ayant pas l'habitude de les fréquenter exige énormément d'efforts. L'objectif de mixité sociale cohabite avec des exigences éthiques en matière d'environnement, de gestion sociale de l'entreprise, de développement du territoire, de qualité des produits proposés. Sans oublier, bien sûr, l'objectif économique – faire en sorte que le projet soit viable financièrement. « Ce qui est très intéressant dans ces expérimentations, analyse le géographe Antoine Fleury, c'est cette impression qu'ils construisent des espaces publics un peu en négatif des autres, en essayant d'atteindre un idéal d'espace public, en partant du constat que les espaces publics traditionnels ne remplissent plus telle ou telle fonction, par exemple de mixité. » C'est pourquoi les regards sévères qui pèsent parfois sur eux, provenant de journalistes, de sociologues ou d'habitants du quartier, ne sont pas toujours bien vécus par les gestionnaires de tiers-lieux. Hâtifs, chargés d'idées préconçues, ces regards sont parfois déconnectés de la réalité. « On projette beaucoup de choses sur eux, ce n'est pas facile à endosser, on n'admet pas qu'ils ne peuvent pas tout



*Le 6b à Saint-Denis,
un ancien immeuble de bureau
qui accueille 200 structures
et artistes résidents.
© A. Blondel*

changer », relève Antoine Fleury. Les collectivités locales, aussi, tendent à faire reposer de nouvelles responsabilités sur ces lieux à vocation commerciale, notamment via les appels à projets qui peuvent être l'occasion de surenchères de bonnes idées complexes à mettre en œuvre. « Quand nous répondons à un appel, raconte Renaud Barillet, il faut bien sûr mettre en avant le caractère inclusif du projet, se montrer le plus séduisant possible, présenter le plus de bonnes idées possibles. C'est très bien, mais la perche nous est un peu tendue pour ensuite pouvoir nous reprocher de ne pas en faire assez. »

AURÉLIE BLONDEL, JOURNALISTE