

La soutenance de mémoire de Master - *orientation géographie* - de

Madame Cyrielle Hochuli

" Les ambiances en urbanisme commercial, le cas de Marin Centre "

aura lieu le

Mardi 3 septembre 2013 à 16h00
dans l'alvéole de l'IGG, salle B.1.38

Directeur de mémoire : Laurent Matthey

Expert : Pierre-Alain Rumley

Résumé :

Depuis la seconde moitié du XXème siècle, l'urbanisme commercial modèle en profondeur le tissu urbain. Il apparaît comme l'une des pièces maîtresses de la configuration de l'espace citadin. Mais face à une compétitivité toujours plus accrue, les pôles socio-économiques se voient dans l'obligation de se rendre plus attractifs. De ce fait, ils ambitionnent d'intégrer de nouvelles stratégies concurrentielles. Le glissement d'un urbanisme fonctionnel vers un urbanisme sensible met en exergue les expériences affectives et sensibles de l'individu dans l'environnement physique. Les concepteurs soignent alors l'esthétique de l'espace commercial car le consommateur est désireux d'un surplus : profiter d'une ambiance, flâner et tisser des liens sociaux à la manière d'un forum antique. Dès lors, ces stratégies se caractérisent aujourd'hui par des ambiances urbaines et architecturales. Celles-ci deviennent donc un enjeu de la recherche urbaine.

Aussi, l'intérêt de ce travail de mémoire porte sur l'« ambiance » dans le contexte de l'urbanisme commercial. Estimant que l'espace commercial est devenu un vecteur de centralité et de sociabilité, nous considérons que l'ambiance s'est transformée, dans une perspective sensible et subjective, en un outil dans la conception des centres commerciaux. Nous nous sommes intéressés à cette problématique dans le cadre d'un projet récent : le centre commercial de Marin Centre, dans le canton de Neuchâtel. S'articulant autour de deux axes distincts, la conception et la perception, nous entreprenons d'analyser et de dégager les corrélations ambiantales entre ces deux pôles. Cette monographie s'est intéressée à trois espaces distincts : l'espace de parcage, le couloir d'accès et l'espace central.

Grâce à notre enquête ethnographique, nous pouvons affirmer que les diverses ambiances sensorielles (visuelles, lumineuses, sonores, olfactives et tactiles) ont été largement intégrées et imaginées par les concepteurs dans le cadre du projet de rénovation du centre commercial de Marin Centre afin de satisfaire les dispositions d'esprit des usagers. Parallèlement, il s'avère que notre échantillonnage perçoit positivement les diverses ambiances visuelles, lumineuses, sonores, olfactives et tactiles conçues en amont par les acteurs de la conception. Ces derniers ont anticipé les attentes ambiantales de la clientèle de manière favorable.