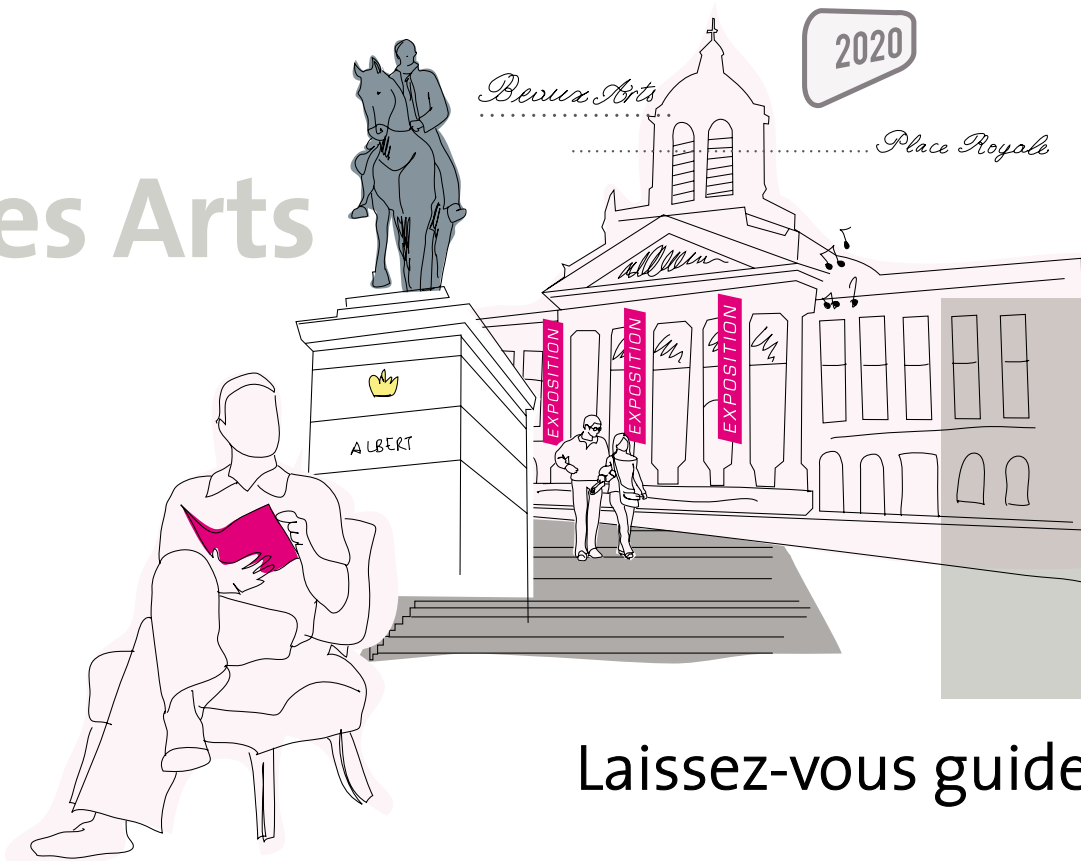
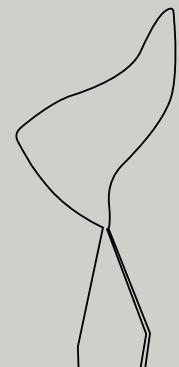
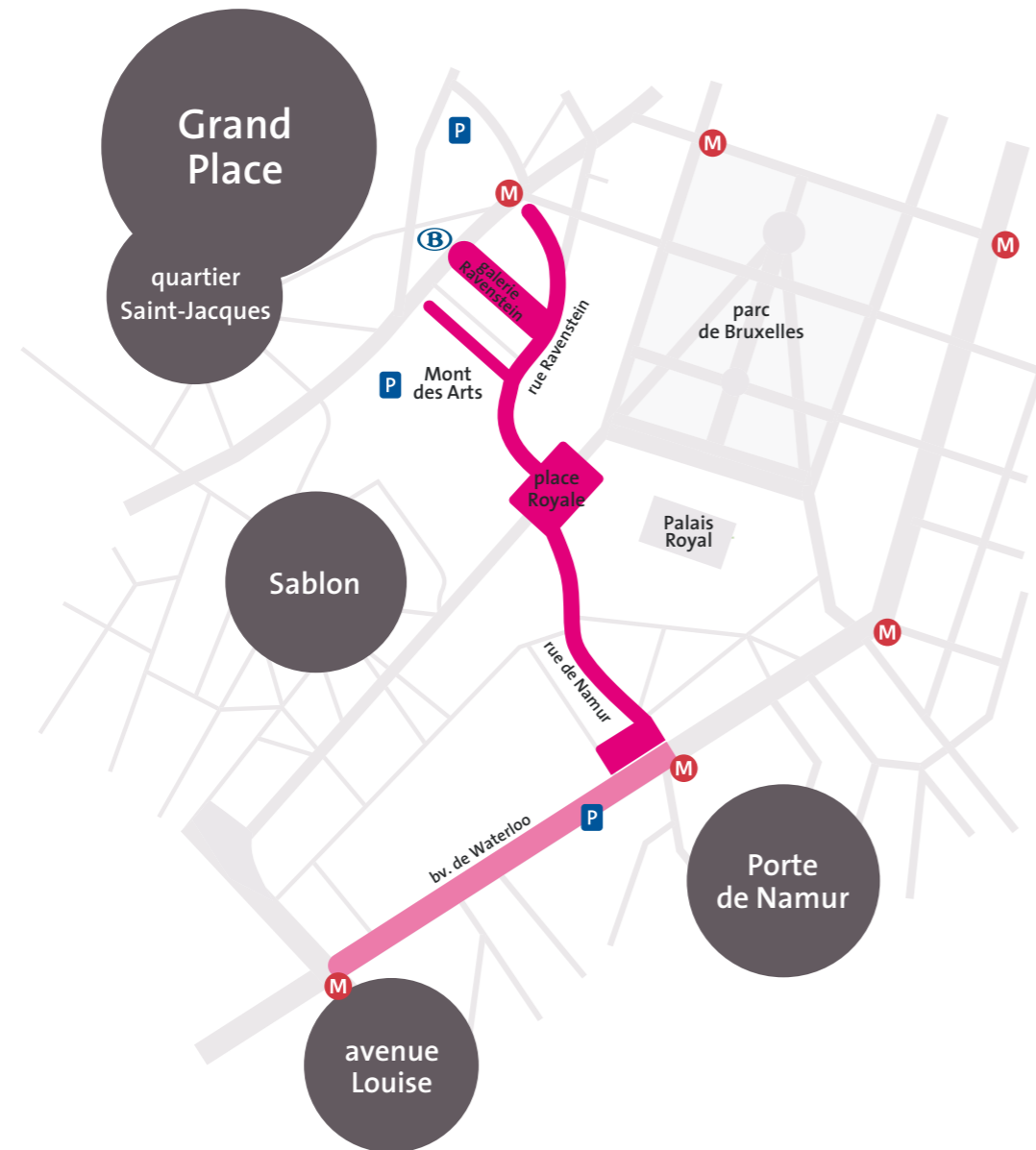


Mont des Arts

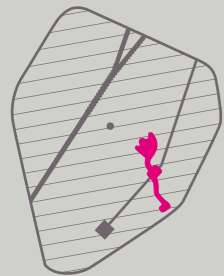


Laissez-vous guider

Localisation et plan de quartier



Mont des Arts



- Pentagone
- Mont des Arts

- Axes commerçants
- Lien influent
- Texte Zones d'influence
- M Métro
- B Train
- P Parking

Un projet à l'échelle régionale

La Région de Bruxelles-Capitale est une ville polycentrique, une mosaïque de quartiers différents qui affichent de nombreux atouts et potentiels. Afin d'assurer un développement territorial cohérent, elle doit trouver un équilibre et une complémentarité entre ses différentes zones de commerce.

Ces zones sont aussi en concurrence. Face à une offre multiple, le citoyen qui cherche un logement, le consommateur ou l'entreprise qui cherche à implanter son siège choisissent la zone la plus attractive et la plus en phase avec ses attentes.

Les quartiers commerçants doivent dès lors parvenir à se positionner en mettant leurs atouts et leurs spécificités en valeur afin de créer une identité propre. Le Schéma de Développement Commercial de la Région Bruxelles-Capitale recommande à cet égard de renforcer qualitativement l'offre existante, de spécialiser les pôles commerciaux et de renforcer leur identité.

Pour mettre en œuvre cette recommandation et répondre à ces constats, à l'initiative du Ministre-Président Charles Picqué, le Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale a chargé Atrium d'élaborer des «Schémas prospectifs de quartier commerçant». Pour ce projet, Atrium s'est entouré de professionnels de l'image de marque et d'architectes urbanistes.

Démarche méthodologique	4
Etat des lieux	6
Scénarios prospectifs	16
Concept identitaire	26
Mesures opérationnelles	28
Bibliographie	43

Conception :

Atrium
www.atrium.irisnet.be

Minale Design Strategy
www.minaledesignstrategy.com

Suède 36
www.suede36.be

Editeur responsable :

Atrium - Pierre-Yves Bolus
bd. Adolphe Max 13-17, B-1000 Bruxelles
+ 32 (0)2 502 41 91
www.atrium.irisnet.be

Un concept novateur alliant urbanisme et marketing urbain

Le Schéma prospectif de quartier commerçant est un outil d'urbanisme prospectif et de marketing urbain. Il vise à créer pour tous les acteurs qui œuvrent à la revitalisation du quartier commerçant un véritable cadre de référence cohérent et évolutif.

- **Un outil d'urbanisme**

Il fixe à l'échelle d'une unité géographique, le quartier, à moyen et long terme, les orientations de développement commercial et résidentiel capables de générer des effets bénéfiques sur l'environnement urbain.

- **Un outil de prospective territoriale**

Il vise à envisager les futurs possibles des quartiers étudiés.

- **Un outil de marketing urbain**

Le Schéma vise à aider les acteurs urbains à réfléchir sur le « produit » territorial pour faire émerger une identité et créer pour chaque quartier un concept qui s'appuie sur les spécificités identitaires locales (culturelles, sociales, historiques), sur le positionnement commercial actuel ou à venir, sur une thématique existante ou innovante.

Un projet rassembleur

Le Schéma est le fruit d'une réflexion, d'un dialogue et d'interactions entre acteurs publics et privés des quartiers.

- **Visite interactive de quartier**

La visite permet de prendre connaissance des particularités et des ambiances du quartier en allant à la rencontre des acteurs et plus particulièrement des commerçants. Le processus vise l'approfondissement de la connaissance du territoire et le partage des perceptions individuelles. Il aide à identifier les aspirations de positionnement.

- **Workshop**

Lors d'une soirée animée par un professionnel, une vingtaine d'acteurs se réunissent afin d'élaborer une vision commune à l'horizon 2020. A partir d'une planche d'ambiances, les participants approfondissent et produisent ensemble des pistes identitaires et des scénarios prospectifs.

- **Consultation publique**

Les pistes identitaires ressorties des workshops sont résumées sur un visuel. Il reprend un slogan, des couleurs, des images et des mots. Afin de recueillir les avis des utilisateurs du quartier, elles font l'objet d'une consultation publique via un formulaire d'avis distribué au sein du quartier ou via Internet.

- **Comité d'accompagnement**

Les différentes étapes du processus sont validées par un Comité d'accompagnement. Outre Atrium et les consultants, il regroupe les autorités communales et régionales concernées.



Résultats

Le Schéma se traduit en 2 produits complémentaires :

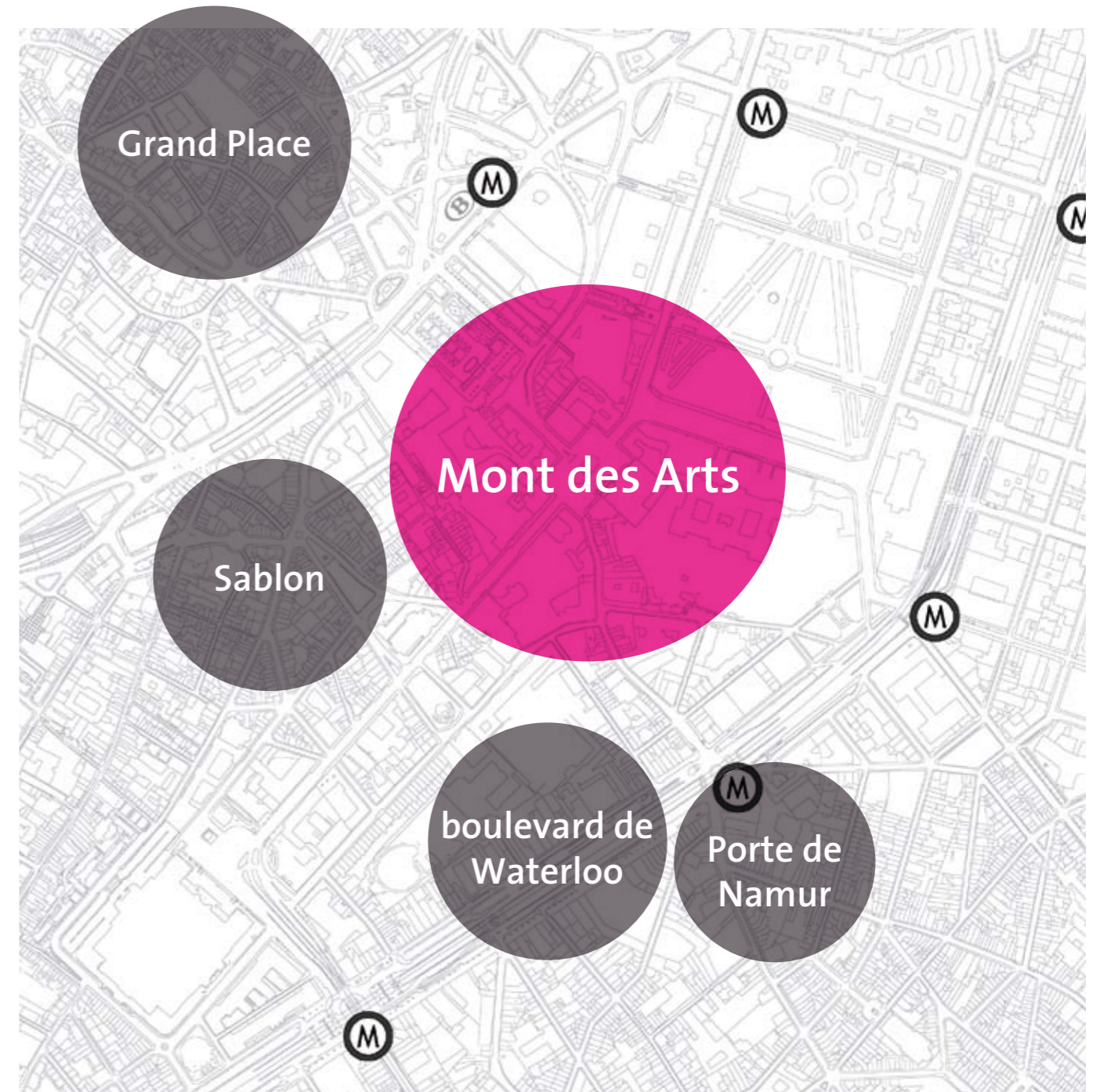
- **la plaquette de commercialisation** permet aux investisseurs, enseignes, porteurs de projet, etc. d'approfondir leur perception du futur du quartier;

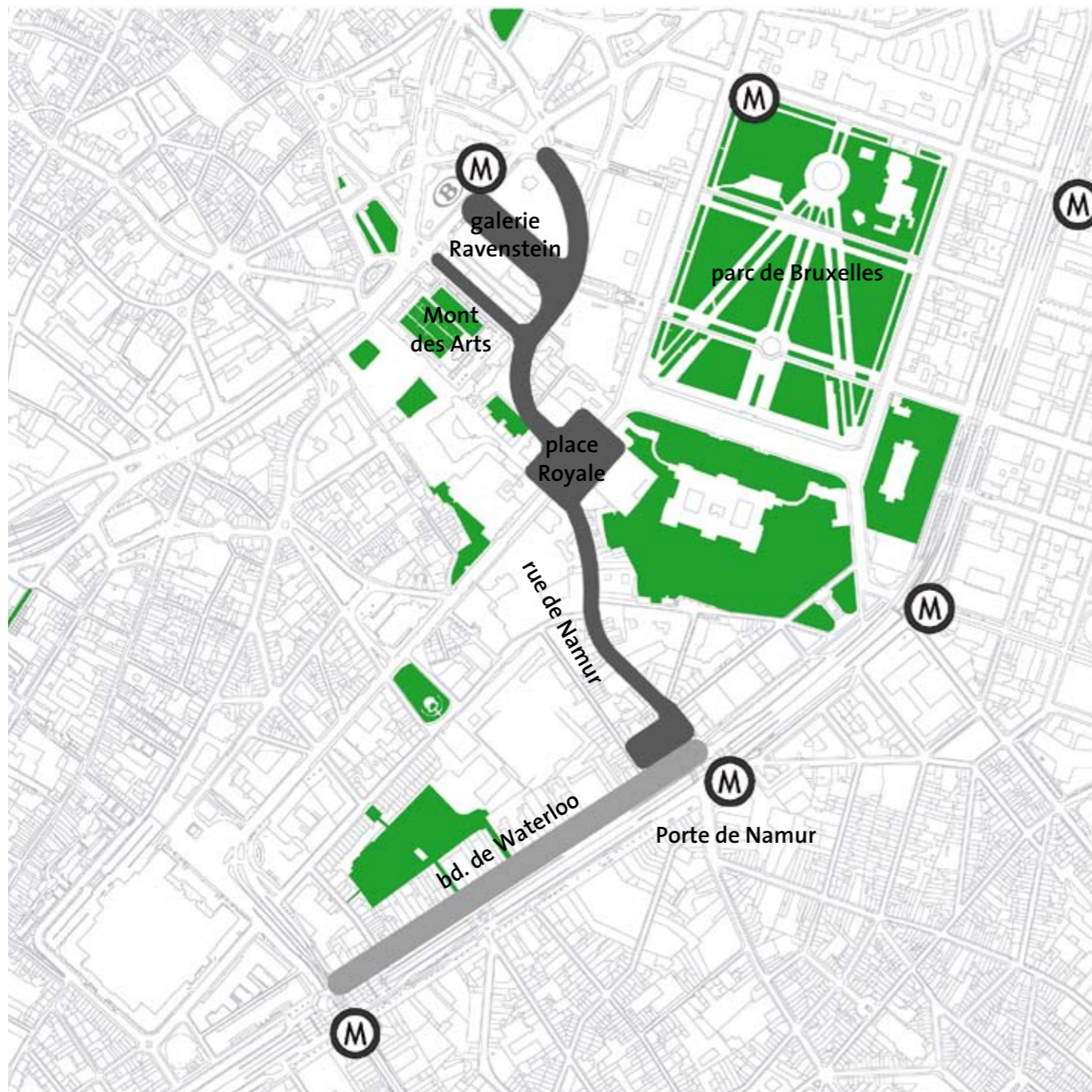
- **le guide opérationnel** est destiné principalement aux pouvoirs publics régionaux et locaux dans un but de guider la mise en œuvre de projets urbains.

L'objet des cartes et analyses de ce chapitre est d'établir une mise en contexte pour l'étude identitaire et ses mesures opérationnelles. Elles se basent sur un grand nombre de données déjà récoltées par Atrium et d'autres études.

Le quartier «Mont des Arts» se trouve dans le Pentagone, le Centre-Ville historique de la Région et le cœur de la Ville de Bruxelles. Le Mont des Arts est situé au sud-est du Pentagone, entre la Grand Place, la Porte de Namur, le parc de Bruxelles et le quartier du Sablon.

Le quartier du Mont des Arts ne se résume pas aux jardins du Mont des Arts mais comprend aussi la galerie Ravenstein, la galerie du Mont des Arts, le futur «SQUARE-Brussels Meeting centre» (rénovation du Palais des Congrès), les Musées Royaux, la place Royale et la rue de Namur. Durant un siècle, ce quartier a subi des travaux perpétuels : de la construction de la rue Montagne de la Cour à la rénovation du Palais des Congrès. Cependant ses musées, les jardins de Pèchère, son panorama sur le Centre-Ville lui confèrent une atmosphère particulière, propice à la détente.





Le Mont des Arts

Autour des jardins dessinés par le paysagiste René Pechère, se concentre un ensemble de musées et d'institutions culturelles de niveau mondial notamment les Musées royaux des Beaux-Arts de Belgique, le SQUARE-Brussels Meeting Centre», la Bibliothèque Royale de Belgique, le Palais des Congrès, le Palais des Beaux-Arts, le Musée des Instruments de Musique (MIM), le Musée Belvue, l'Espace culturel ING et le futur Musée Magritte.

La place Royale

Elle accueillait à la fin du XIX^e siècle de grands hôtels bruxellois et une taverne. L'Hôtel Altenloh a servi pendant 20 ans de musée d'art moderne provisoire. Aujourd'hui, la place présente des façades fermées et le trafic intense lui a enlevé toute convivialité. C'est pourtant un lieu visité par un grand nombre de touristes. C'est aussi la place située à mi-chemin entre la Porte de Namur et la Grand Place.

En 2009, le Mont des Arts accueillera le Musée Magritte qui rendra le lieu encore plus attractif. Depuis la place Royale, l'aménagement récent autour d'une fontaine et du mobile de Calder, a revalorisé l'un des plus beaux panoramas sur le Centre-Ville.



La galerie Ravenstein

Cet ouvrage de qualité des années 50 fut pendant longtemps le lieu de rendez-vous des fonctionnaires en fin d'après-midi. Récemment rénovée, elle comprend des commerces assez diversifiés : Libris, véritable locomotive commerciale, un alimentaire, des vêtements, de la maroquinerie, etc.



La rue de Namur

La rue de Namur relie la Porte de Namur au Centre-Ville, en passant par la place Royale. Elle s'inscrit notamment dans le parcours «Chemins de la Ville» visant à améliorer la connexion piétonne entre le Bas et le Haut de la Ville.

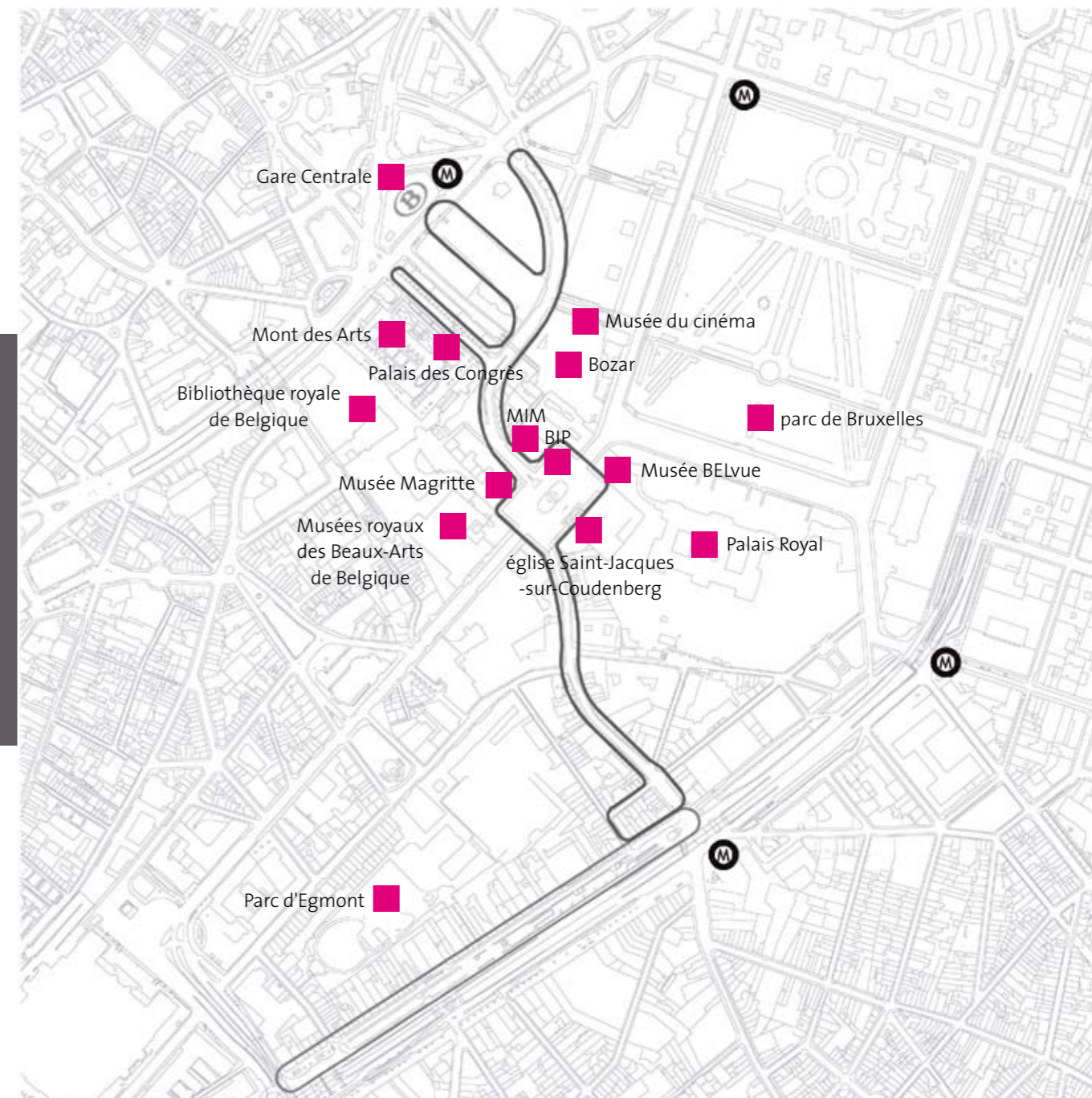
La rue prolonge la dynamique «luxe» du boulevard de Waterloo dans son premier tronçon. Elle offre une mixité commerciale caractérisée par des commerces de luxe, dans le secteur de l'équipement de la maison et de la personne, de la décoration et de l'horeca. Cependant, le liseré commercial se délite aux abords de la place Royale. Le lien commercial entre le Bas et le Haut de la Ville repose sur cette rue.



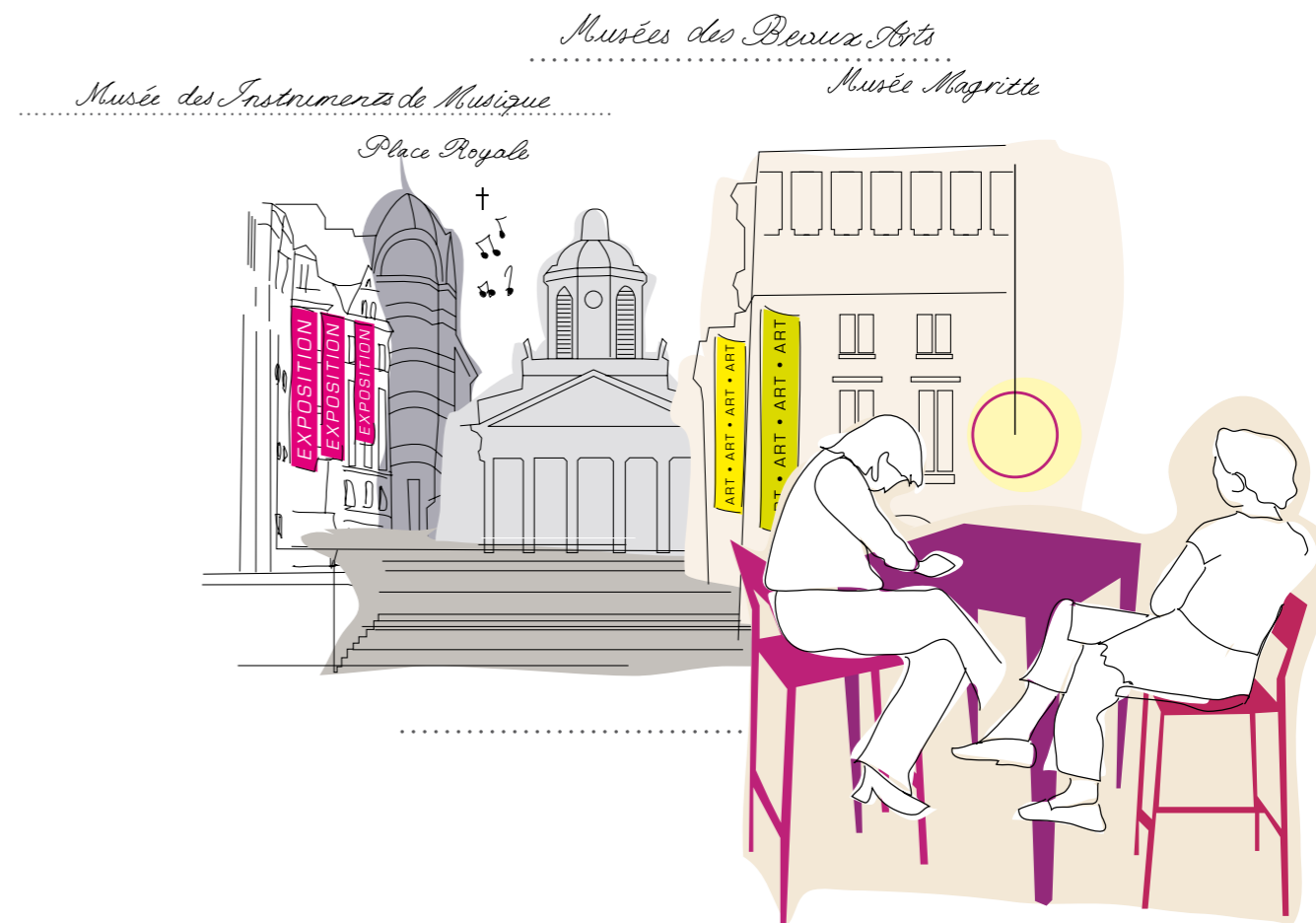
MONT DES ARTS CHIFFRES CLÉS

- 2 métros
- 9 lignes de bus
- 2 lignes de trams
- 6 300 visiteurs par jour
- 1 176 places de parking couvert
- 5 minutes à pied de la Grand Place
- 1 cinéma
- 2 théâtres
- 10 musées
- 3 écoles

LIEUX CLÉS



SWOT	Utile	Néfaste
Interne	<p>Forces</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pôle culturel et touristique régional • Quartier des musées • Nombreuses locomotives culturelles • Proximité du Centre-Ville, de la Porte de Namur et du Sablon • Proximité du parc de Bruxelles • Grande accessibilité en transport en commun • Valeur et diversité du patrimoine bâti 	<p>Faiblesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dispersion des commerces et de l'horeca • Nuisance liée à la pression automobile place Royale • Appropriation difficile de l'espace public par les visiteurs • Faible activité commerciale en soirée
Externe	<p>Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grand lieu touristique de la Région • Création du SQUARE-Brussels Meeting centre (rénovation du Palais des Congrès) • Ouverture du Musée Magritte • Ouverture du BIP place Royale, pôle d'accueil touristique-culturel de la Région • Redéveloppement de la galerie Ravenstein • Promotion de l'offre culturelle et touristique du Mont des Arts prévue dans le PDI • Cellules disponibles de 25 à 200 m² 	<p>Menaces</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monofonctionnalité



L'analyse SWOT (de l'anglais Strengths (forces) Weaknesses (faiblesses) Opportunities (opportunités) Threats (menaces)), est une méthode anglo-saxonne conçue pour analyser une situation et ses facteurs clefs (environnement externe et interne au projet) et en déduire une «stratégie d'action».

Ce chapitre a pour objet de tracer les tendances observées dans l'étude du quartier. Sans chercher à être exhaustif, ce guide propose des hypothèses relatives au développement futur du quartier.

QUEL POSITIONNEMENT POUR LES INSTITUTIONS CULTURELLES DU QUARTIER ?

QUEL IMPACT AURONT LES PROCHAINES OUVERTURES ?

MONT DES ARTS : UN QUARTIER DE PASSAGE ET UN QUARTIER DE DESTINATION, 2 OPPORTUNITÉS À EXPLOITER

QUELLE DÉFINITION POUR L'ESPACE PUBLIC DE LA PLACE ROYALE ?

QUEL POSITIONNEMENT COMMERCIAL POUR LES COMMERCES DU QUARTIER ?

Scénario prospectif # 1

QUEL POSITIONNEMENT POUR LES INSTITUTIONS CULTURELLES DU QUARTIER ?

L'asbl Mont des Arts s'est créée avec différents acteurs soucieux de faire de ce quartier le «quartier des musées». Le ton est donné, d'une manière générale, et comme le prévoit le Plan de Développement International (PDI), le Mont des Arts doit promouvoir son identité

Le quartier saura-t-il profiter de ces opportunités pour développer et communiquer son image ?



Scénario prospectif # 2

QUEL IMPACT AURONT LES PROCHAINES OUVERTURES ?



© A2RC

SQUARE-Brussels Meeting centre

En 2009, la rénovation du Palais des Congrès, construit lors de l'exposition 58 offrira une infrastructure de plus 10 000 m² de salles polyvalentes pour accueillir différents types d'événements (conférences internationales, sommets européens, lancements de produits, réunions de travail, fêtes du personnel, etc.). La qualité du nouveau projet est d'exister dans l'espace public. Le grand escalier d'accès s'inscrit et dialogue avec le parc. Le pavillon cubique en verre sera un signal et un repère. La transparence de l'élément est symbolique dans un quartier qui, pour évoluer positivement, va devoir s'ouvrir sur les rues et les places.

Le BIP

En 2008, le BIP (Bruxelles Info Place) ouvrira ses portes. Situé dans le grand ensemble de bâtiments rénovés de la place Royale, ce centre a pour vocation de présenter et de promouvoir la Région bruxelloise.



Musée Magritte

Le musée Magritte va s'implanter place Royale (Hôtel Altenloh – Ancien Musée d'Art Moderne) dans le courant 2009.

Ces nouvelles implantations culturelles et événementielles vont renforcer l'attraction internationale de la place Royale.

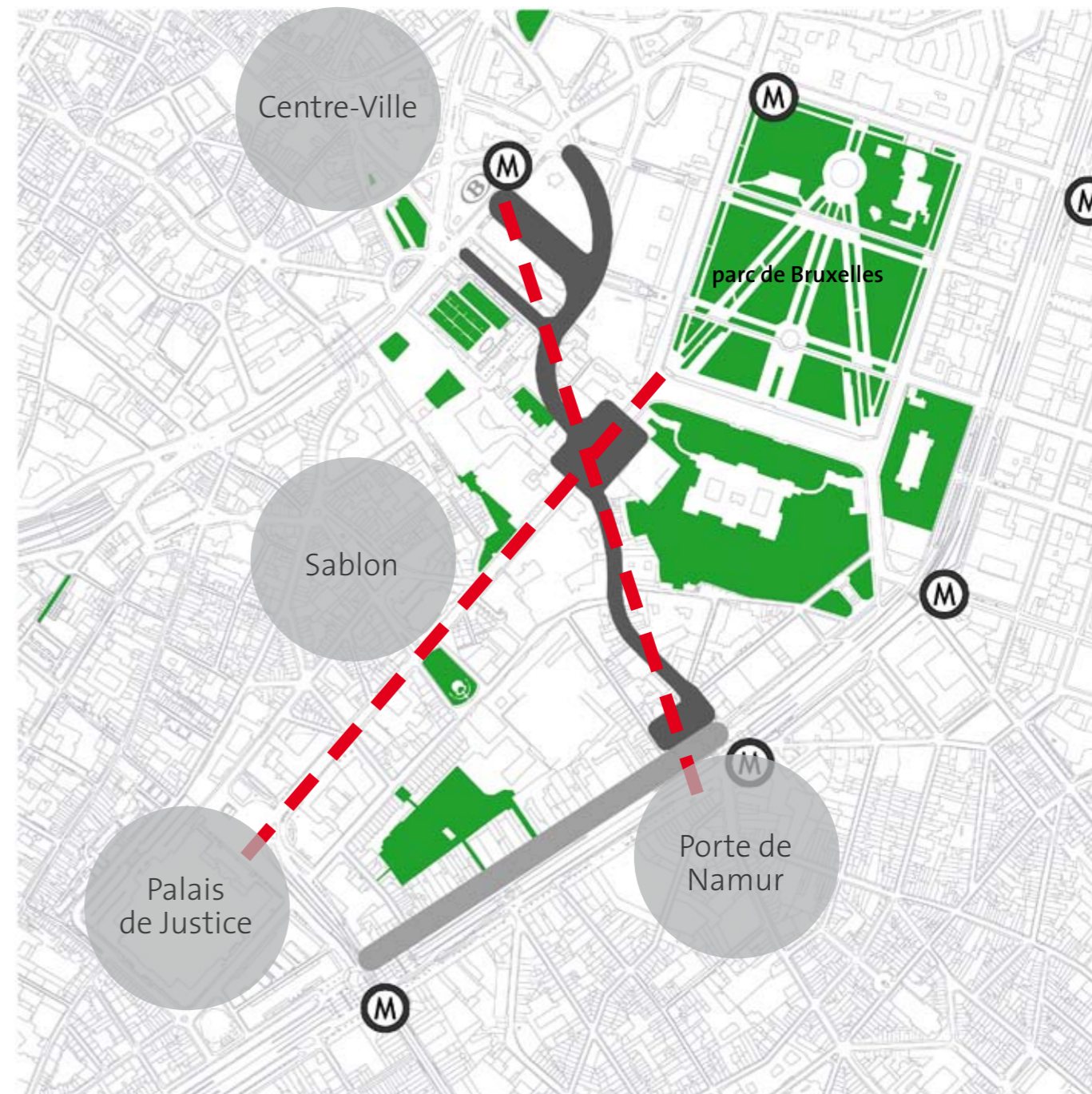


Scénario prospectif # 3

MONT DES ARTS : UN QUARTIER DE PASSAGE ET UN QUARTIER DE DESTINATION, 2 OPPORTUNITÉS À EXPLOITER

La situation géographique du Mont des Arts en fait un lieu de passage. On traverse le Mont des Arts en venant de la Porte de Namur et en allant vers la Grand Place. Il relie aussi le Sablon et le parc de Bruxelles. La galerie Ravenstein relie la Gare Centrale au Bozar. Le Mont des Arts est aussi, par nature, un lieu de destination. Peu de quartiers jouissent de telles locomotives culturelles.

Comment combiner ces «2 fonctions» à travers l'espace public et stimuler enfin le commerce ?



Scénario prospectif # 4

QUELLE DÉFINITION POUR L'ESPACE PUBLIC DE LA PLACE ROYALE ?

La place Royale est un atout pour le quartier de par son patrimoine d'une grande cohérence urbanistique et architecturale. C'est un lieu carrefour, idéalement situé, identifié, avec un passage important.

La prédominance du trafic et sa congestion permanente rendent toutefois le lieu peu convivial et peu propice à la détente. Les façades, certes harmonieuses, sont fermées vers la rue. Le défi consistera à offrir une définition de l'espace public de la place Royale en adéquation avec les nouvelles affectations que la place connaîtra dans le futur.



Scénario prospectif # 5

QUEL POSITIONNEMENT COMMERCIAL POUR LES COMMERCES DU QUARTIER ?

Le quartier a un énorme potentiel commercial, à la fois par son passage et par la fréquentation quotidienne des institutions culturelles. Une offre commerciale et d'horeca devra répondre aux besoins des visiteurs qui seront de plus en plus nombreux, et des congressistes accueillis dans le SQUARE-Brussels Meeting centre. La galerie commerciale qui longe l'entrée du Palais est donc une opportunité à valoriser.

L'ouverture récente de plusieurs librairies (palais, des BOZAR, Libris) réussira-t-elle à initier une nouvelle dynamique ?



Construit au départ d'une méthodologie prospective et participative, le concept identitaire définit le cadre de référence pour l'application des mesures opérationnelles du quartier. L'identité est au cœur de la stratégie de développement urbain et commercial du quartier pour 2020. Cette identité est construite sur le caractère, les particularités, les atouts et l'ambition du quartier.

Dans un objectif pratique, l'identité est formalisée par :

- un slogan : la parfaite synthèse du quartier en une phrase.
- une couleur d'accompagnement : une tendance chromatique, fonction de l'environnement visuel et des valeurs associées au quartier. Cette couleur fait bien référence à une tendance sans être la couleur exclusive à utiliser en communication ou en architecture.
- un élément de repère : un symbole visuel emblématique du quartier, point de repère d'aujourd'hui et de demain.

Laissez-vous guider

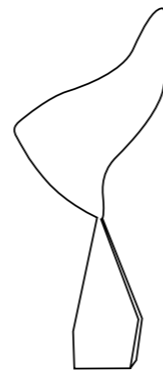
Ce slogan résume parfaitement la découverte et le parcours culturel et artistique que ce quartier offre à ses visiteurs. Les amateurs d'art et de culture, les touristes, les visiteurs et les habitants y trouvent un éventail de repères artistiques, de véritables guides à travers ce quartier inattendu.

La couleur gris

Les deux nuances de gris reflètent une ambiance à la fois contemporaine et artistique. C'est l'évocation d'une atmosphère parfaitement identifiable à un environnement culturel où l'art ancien et moderne/contemporain se côtoient dans un environnement architectural d'exception. Le fuchsia a été choisi pour «égayer» l'ensemble d'une touche de fraîcheur et de modernité.

Le mobile de Calder

Un élément très artistique comme repère faisant le lien direct avec l'offre culturelle et artistique du quartier Mont des Arts, donnant une image contemporaine au quartier.



Quartier «Royal» de Bruxelles, le Mont des Arts offre un véritable dialogue entre les artistes et les esthètes. Idéalement localisé, à deux pas de la Grand Place, très accessible grâce aux transports publics, ce lieu touristique est un écrin d'art, une échappée culturelle par excellence.

Quartier de destination

Autour des plus grands musées de Belgique, le quartier regroupe des bouquinistes spécialisés, des galeries d'art, des restaurants-galleries, etc. Son offre en fait un lieu de destination.

Une échappée culturelle

Belle échappée culturelle offrant une diversité artistique très variée dans un environnement architectural d'exception. Un lieu atypique sur le plan commercial mais faisant office de charnière et de halte culturelle entre les quartiers commerçants du Haut et du Bas de la Ville.

Ces mesures sont des recommandations à destination des acteurs urbains. Elles résultent du regard croisé entre les scénarios prospectifs et le développement identitaire du quartier. Pour entrer en application, elles nécessitent la transversalité entre les niveaux de pouvoir, la finalité étant d'obtenir une vision globale et un développement cohérent du quartier commerçant.

Concertation et transversalité

Ce Schéma est la suite opérationnelle et identitaire établie par les acteurs en collaboration avec les communes. Il s'agit donc de renforcer le plan d'action des Contrats de quartier commerçant par l'émergence d'une image commune.

Méthodologie

Le Schéma préconise de viser à la fois l'adhésion et la qualité pour tout projet qui permettra la mise en œuvre des mesures préconisées.

- 1. Adhésion :** sur base du concept identitaire décrit dans cet ouvrage, il s'agit de renforcer la concertation entre tous les acteurs concernés, le plus en amont possible des projets.
- 2. Qualité :** sur base d'un cahier des charges établi lors de la phase d'adhésion, le Schéma préconise d'encourager la compétition entre concepteurs (architectes, urbanistes, designers, etc.). Pour ce faire, il est utile de se référer au récent «vade-mecum» sur la commande d'architecture publique à Bruxelles édité par la Région de Bruxelles-Capitale.

www.atrium.irisnet.be/vmfdupuis/vm_FR.pdf

Nourrir le cahier des charges

L'application du concept identitaire dans l'espace public passera par une série de projets. Cet ouvrage a l'ambition de servir de base aux cahiers des charges qui seront soumis. L'objectif n'est pas de préciser les couleurs ou les formes à utiliser, mais bien d'initier une réflexion transversale et cohérente, en accord avec l'image du quartier.

Interventions et «pollution visuelle»

La plupart des quartiers commerçants étudiés souffre d'une «pollution visuelle» : enseignes démesurées ou obsolètes, multiplication de panneaux publicitaires, débordement des devantures, panneaux de signalisation, graffitis, mobilier urbain détérioré, trottoirs défoncés, façades en mauvais état, etc. Ces éléments, petits ou grands, participent à la perception du quartier. Dans ce contexte, il est difficile d'intégrer une nouvelle intervention claire, visible et cohérente. Il ne s'agit pas tant de tout harmoniser, mais bien de comprendre que chaque élément, petit ou grand, a une influence sur l'ensemble du quartier et sur son identité.

De façon générale, le Schéma recommande de tendre vers une simplification de la perception visuelle des quartiers. Dans un premier temps, il s'agira d'identifier les éléments indispensables à mettre en valeur et ceux à éliminer ou à rajouter.



Entrées du quartier

Les entrées du quartier se trouvent aux extrémités du périmètre défini dans cet ouvrage. On y trouve des repères urbains : grands boulevards, carrefours, portes de ville, etc.

Ces éléments ne remplissent pas toujours un rôle d'accueil et d'appel vers le quartier commerçant. Avant d'envisager toute intervention sur ces entrées, une réflexion doit avoir lieu sur leur signification et leur impact, en accord avec le concept identitaire.

De façon pratique, étant donné le patrimoine remarquable présent dans le quartier étudié, le Schéma préconise une mise en valeur de l'existant plutôt que de nouvelles interventions artificielles (banderoles, portiques, etc.).

Repères urbains

Dans l'état des lieux, au deuxième chapitre, le Schéma identifie les «clés» du quartier. Il s'agit de repères inscrits dans l'imaginaire collectif. Ces repères urbains sont à soigner en priorité.

D'autres éléments structurants méritent également une attention particulière : immeubles d'angle, statues, etc.

Aménagement de vitrines et de magasins

Les commerçants n'ont pas toujours les ressources créatives et financières pour gérer l'aspect extérieur de leur commerce. Une aide à la conception des magasins et à l'animation des vitrines semble un projet pertinent pour l'image des rues commerçantes, sur base d'un concept identitaire cohérent.

Mobilier urbain

Le mobilier urbain est trop souvent considéré comme un accessoire obligatoire, sans autre intérêt que celui de remplir sa fonction première. Le Schéma recommande, en s'appuyant sur le concept identitaire, de développer un mobilier adapté au quartier. Selon l'image recherchée, le mobilier pourra être développé de façon créative, discrète, audacieuse, artistique, etc.



Mobilité : penser au futur

Un espace commerçant doit avant tout se préoccuper de créer un cadre agréable et confortable pour le client. Les nuisances liées au trafic (de destination ou de transit) doivent y être réduites.

En ce qui concerne les aménagements urbains ayant un impact sur la mobilité, il va sans dire que le Schéma recommande une prise de conscience rapide des enjeux régionaux. Les études réalisées sur le sujet (voir bibliographie) pointent l'urgence de la gestion du trafic en région bruxelloise.

Encourager les transports en commun, améliorer les cheminements piétons et cyclistes, intégrer les normes adaptées aux personnes à mobilité réduite, etc., sont autant de mesures prises en compte régulièrement par les pouvoirs publics, et rappelées ici par principe.



Le Schéma recommande d'encourager les clients à utiliser d'autres moyens que la voiture. Il s'agit par exemple de développer des services de livraison à domicile (via des entreprises privées, les services postaux, services de coursiers à vélo, etc.). Une aide logistique pourrait être apportée aux commerçants pour la mise en place de tels projets.

Verdurisation

La présence d'arbres ou de plantes dans l'espace public améliore toujours le cadre de vie.

Dans certains cas, les possibilités sont limitées par la dimension des voiries ou la présence de parkings en surface.

Le Schéma recommande, plus spécifiquement pour les quartiers commerçants, d'encourager les projets de type «Quartier vert», «Balcons fleuris», etc., car ils permettent d'améliorer notablement l'environnement en collaboration avec les occupants des immeubles.



Commerces et lumière

Le Schéma recommande une réflexion plus globale sur l'éclairage. Pour les quartiers commerçants, les vitrines des magasins pourraient être intégrées au sein de l'éclairage public. Cela permettrait d'éclairer plus de vitrines en soirée, ce qui participerait à l'animation de la ville, augmenterait la sensation de confort et de sécurité, etc.

Des solutions d'éclairage écologique ou de tonalités moins agressives pourraient être proposées à grande échelle par les pouvoirs publics dans le cadre d'un partenariat avec les commerçants. Un tel partenariat permettrait, de surcroît, de réduire les coûts tant pour le public que pour les commerçants.

Gestion à long terme

Toutes ces mesures nécessitent une vision à long terme sur la gestion des espaces publics et privés, ainsi que sur la durabilité des interventions.

Mesure opérationnelle # 1

MARKETING URBAIN

Le Plan de Développement International (PDI) de la Région de Bruxelles-Capitale vise à asseoir la position de Bruxelles au plan international. Le marketing urbain (ou city marketing) est l'axe transversal du PDI.

L'un des enjeux majeurs est d'accroître le rayonnement commercial de Bruxelles vers l'étranger. A cette fin, le quartier Mont des Arts, par sa notoriété reconnue auprès d'un large public et son rayonnement culturel et artistique extra régional, est clairement identifié comme une zone prioritaire pouvant assumer cette ambition. Le BIP, situé place Royale, accueille les visiteurs internationaux. Ce lieu emblématique a pour vocation de mettre en avant les atouts de la Région bruxelloise.



Le fait de se doter d'un Schéma prospectif est en soi une véritable démarche de marketing urbain. Tout en affirmant les identités qui composent le quartier, le Schéma aide à construire une image de marque dont le slogan, les couleurs, la sémantique et les images sont les véritables éléments d'ancrage.

Cette image doit donner envie aux habitants, aux investisseurs et aux multiples autres acteurs bruxellois de s'y identifier.

Le PDI recommande d'établir un plan promotionnel s'appuyant sur l'image de marque proposée. Le Schéma doit participer à l'élaboration de ce plan, en y apportant son contenu identitaire.

Outre l'aspect commercial et urbanistique, objectif par ailleurs dans le guide opérationnel, l'aspect événementiel doit être développé.

Les acteurs du quartier doivent prendre en charge le développement structuré d'outils d'animation qui donneront au quartier une dynamique saisonnière : bannières événementielles, flyers, animateurs de rue, etc.

Ces animations doivent être contrôlées dans le respect du positionnement. Ce travail est un travail de spécialistes réservé à des agences de design et de communication.



Mesure opérationnelle # 2

DÉFINIR ET AMPLIFIER LA FONCTION COMMERCIALE DE LA PLACE ROYALE



En s'appuyant sur les fonctions du quartier, à la fois culturelle et touristique, le Schéma recommande dans le cadre d'une politique commerciale globale de ponctuer la place d'un horeca qui fonctionnerait avec les galeries et les musées, en lien avec les parcs.



Mesure opérationnelle # 3

EXPOSER LA CULTURE HORS DES MURS DES INSTITUTIONS

Le Schéma recommande d'exposer la culture dans les rues et places du quartier :

→ ouvrir les musées

- projeter les œuvres d'art des musées sur les façades blanches de la place Royale. Et créer un aménagement public pour s'installer et regarder le «slide show».

- exposer des sculptures temporaires dans les rues du quartier et notamment sur la place des musées, un espace public sans la moindre fonction.

- ré-étudier le rapport à la rue des musées. La cafétéria ou la boutique d'Art sont des opportunités pour créer des interfaces entre la rue et les salles d'exposition. Elles peuvent être des destinations en soi, comme l'est le restaurant au-dessus du Musée des Instruments de Musique qui mériterait d'être ouvert en soirée. La place Royale -mais aussi l'Albertine- pourraient s'ouvrir largement. Des projets ambitieux devraient être mis en place.



→ développer un commerce lié à l'art

L'installation récente du Bozarshop et ses larges heures d'ouverture (10-22h) répondent positivement à l'attractivité du quartier.



Mesure opérationnelle # 4

RENFORCER LE PÔLE DE DÉTENTE DU JARDIN DU MONT DES ARTS



Le jardin du Mont des Arts doit jouer le rôle de lieu de détente venant en complément des activités culturelles et commerciales après un congrès, du shopping ou une longue visite des musées.

Le Schéma recommande d'y mettre de l'horca pavillonnaire à l'instar de ce qui s'est fait avec succès dans le parc de Bruxelles.



Mesure opérationnelle # 5

RUE DE NAMUR : LIEN ENTRE LE BAS ET LE HAUT DE LA VILLE

La rue de Namur est l'axe d'entrée du Centre-Ville depuis la Porte de Namur. Elle assure la liaison entre le Bas et le Haut de la Ville depuis la place Royale. Cependant, l'entrée de la rue de Namur depuis la place Royale n'est pas clairement exprimée, le rythme commercial du bas de la rue est clairsemé.

Pour renforcer la lisibilité de la rue de Namur, le Schéma recommande :

- de traiter les bâtiments qui interrompent le liseré commercial (mur aveugle de l'INSAS, rez-de-chaussée vides, etc.) pour répondre à la fonction de lien commercial naturel entre le Haut et le Bas de la Ville.
- de rénover et d'augmenter la taille des trottoirs afin d'en améliorer la promenade piétonne.
- de signaler l'entrée de la rue via un travail d'éclairage et d'animation à l'aide de projections.



Mesure opérationnelle # 6

GALERIES RAVENSTEIN : LE PASSAGE À LA DÉCOUVERTE DE L'ART

L'ouverture de la Librairie Libris, véritable locomotive, est une opportunité pour la commercialisation des autres espaces commerciaux, afin d'y attirer des restaurants-librairies, des galeries d'art, des concept stores proposant des gadgets qualitatifs et autres objets en relation avec l'art, un espace de détente de type lounge pour accueillir les visiteurs des musées avant ou après leur visite pour une rencontre apéro/pousse-café dans un environnement également dédié au talent artistique belge et international.

La verdurisation, la remise en fonction de la fontaine, le remplacement de la sculpture, l'ouverture de la galerie les week-end et soirs sont autant d'opportunités pour faire revivre cet espace et rappeler l'identité du quartier.



Le Mont des Arts

Le Mont des Arts est une rue, en sens unique, qui monte de Cantersteen à la rue Ravenstein et qui longe le Jardin du Mont des Arts.

Le Mont des Arts dispose d'une sorte de galerie couverte avec des espaces commerciaux qui se situent idéalement en face du Jardin du Mont des Arts récemment rénové. Il s'agit d'espaces qui devraient trouver, en parfaite cohérence et complémentarité avec l'offre commerciale de la galerie Ravenstein, une offre de restaurant/snack de qualité et dans un cadre aménagé autour du thème de l'art. Le passage couvert offre une belle opportunité pour l'installation de terrasses.

Ces terrasses offriront aussi aux congressistes et aux personnes travaillant dans ce quartier un moment de détente lors d'un repas durant les pauses de midi. De cet endroit, les visiteurs pourront également admirer l'architecture imposante du Mont des Arts.

Des magasins spécialisés dans les fournitures et articles pour artistes pourraient également trouver leur place à cet endroit.



Mesure opérationnelle #7

MOBILIER URBAIN

Dans le cadre du «Parcours design 2006», on a confié au créateur bruxellois Xavier Lust, la tâche de créer un nouveau mobilier urbain. Il s'agit d'encourager ce type d'initiative. L'identité du quartier se prête parfaitement à l'expérimentation et à l'intégration d'un mobilier audacieux. Il faut toutefois veiller à ce que l'intégration de ces «objets d'art» se fasse de façon à les mettre en valeur, à les «exposer», à permettre aux visiteurs du quartier et au chaland de les regarder, de les utiliser, de «faire la connaissance» d'artistes et de leurs œuvres.



© xavier lust

Documents stratégiques

- Plan Régional de Développement de la Région de Bruxelles-Capitale, 2002
- Schéma de Développement Commercial de la Région Bruxelles-Capitale, 2006
- Plan stratégique régional 2006-2008, Contrats de Quartier commerçant «Un avenir et une ambition pour les quartiers commerçants» - A l'initiative du Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale, 2006
- Rapport d'activités, Atrium 2006
- Plan pluriannuel des travaux publics, approuvé par le Gouvernement bruxellois, mai 2006
- Plan de développement International

Documents stratégiques et de diagnostic pour chaque Contrat de Quartier commerçant

- Plan d'action 2006-2008
- Profil socio-économique, Atrium 2005
- Etat des lieux de l'espace public et du bâti, Cooparch 2006
- Profil et habitudes de consommation du chaland bruxellois, Atrium 2007
- Enquête de satisfaction, Atrium 2007
- Flux piétons, Atrium 2007

Ouvrages généraux

- Le commerce dans les grandes villes belges et leur périphérie, J-P Grimmeau, ULB, 2003
- Thèse, La structure et dynamique du commerce de détail bruxellois, B. Wayens, ULB, 2006
- Rapport «Mobil2015 - état des lieux», AED - Direction de la Politique des Déplacements, avril 2006
- Vademecum, commande d'architecture publique à Bruxelles, à l'initiative du Cabinet Dupuis, Secrétaire d'Etat au Logement et à l'Urbanisme, 2007

Liens WEB

- Atrium : www.atrimum.irisnet.be
- Commune de Bruxelles : www.bruxelles.be
- Mobil 2015 : www.mobil2015.irisnet.be
- Région de Bruxelles-Capitale : www.bruxelles.irisnet.be

bibliographie

Sous l'impulsion de la Région de Bruxelles-Capitale, Atrium favorise l'investissement dans la ville par les habitants, les commerçants, les propriétaires, les pouvoirs publics locaux et les investisseurs. L'agence encourage l'implication des acteurs dans la rénovation et la relance de leur quartier et cherche avec eux des solutions en rapport avec la remise en état des friches urbaines, la mise à disposition de logements, la gestion de l'offre commerciale et l'attractivité des quartiers.

