



## L'ATTRACTIVITÉ DES CAMPUS SE JOUE (AUSSI) DANS L'ESPACE PUBLIC

**LE DYNAMISME ET LE RAYONNEMENT D'UN CAMPUS REPOSENT SUR L'EXPÉRIENCE VÉCUE AU QUOTIDIEN PAR SES USAGERS, QU'ILS SOIENT CHERCHEURS, ÉTUDIANTS, HABITANTS OU SALARIÉS. L'ANIMATION DES ESPACES PUBLICS EN EST UN INGRÉDIENT CENTRAL. ELLE RESTE UN DÉFI POUR DES CAMPUS EN QUÊTE D'OUVERTURE SUR LA VILLE ET QUI ONT LONGTEMPS PRIVILÉGIÉ UN FONCTIONNEMENT EN VASE CLOS. COMMENT CHANGER ? REVUE D'EXPÉRIENCES INSPIRANTES EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL.**

**G**rands objets urbains, espaces atypiques, les campus hébergent des fonctions multiples, qui dépassent largement le cadre universitaire et en font des sites stratégiques pour les territoires qui les accueillent. Là où il y a 20 ans, le principal objectif était de transformer les campus en pôles scientifiques ou en clusters technologiques, la tendance aujourd'hui est à l'ouverture sur la ville et à la création de véritables quartiers urbains, susceptibles de répondre aux enjeux de leurs territoires. Les campus font ainsi face à un double objectif en termes d'attractivité : conjuguer à la fois une échelle locale – celle de quartiers vivants et accueillants pour tous les publics (résidents, travailleurs et visiteurs) – et une échelle nationale, voire internationale – celle du cluster, qui s'appuie sur un écosystème d'innovations dynamique et performant. L'équation est complexe, car elle vise des populations avec des attentes différentes et parfois contradictoires : attirer et retenir des étudiants, des talents et des entreprises (de la start-up à la multinationale) sur des campus dédiés, tout en répondant à des enjeux croissants d'accueil de nouveaux résidents en attente d'aménités et souvent sans liens avec la vocation académique et scientifique des campus historiques. En Île-de-France, ces enjeux se dessinent autour de campus en périphérie ou en centre-ville, de quartiers en devenir ou en renouvellement : Paris-Saclay (78 et 91 – lire encadré p. 2), Cergy (95), Condorcet (93), Descartes (77), Jussieu (75), La Sorbonne (75)...

### LE CAMPUS, UN QUARTIER COMME UN AUTRE ?

Le campus est avant tout un lieu d'enseignement et de recherche, avec un ADN scientifique, qui en fait un site particulier dans la ville. Il occupe souvent de vastes espaces, peu denses, où cohabitent espaces ouverts / espaces fermés et espaces naturels à préserver. Introduire la ville dans un campus

## DES CAMPUS SINGULIERS

Les bonnes pratiques présentées ici sont issues de campus ou de territoires avec des contextes nationaux, culturels, sociaux, économiques et géographiques spécifiques. La nature des acteurs varie considérablement d'un campus à l'autre, de même que leur taille (par exemple, 118 ha pour le campus MIL de l'université de Montréal ; 161 ha pour celui de l'université de technologie (TU) de Delft ; 210 ha pour celui de Kista, à Stockholm ; 250 ha pour le campus GIANT\*, à Grenoble ; 520 ha pour le campus Otaniemi de l'université Aalto, à Espoo, près d'Helsinki ; ou 663 ha pour celui de Paris-Saclay), leur insertion urbaine et leurs contraintes. S'ils ne sont pas parfaitement comparables entre eux ni répliquables à l'identique, ils offrent des propositions et des inspirations pour améliorer la vie et dynamiser les espaces publics de nos campus.

\* Grenoble Innovation for Advanced New Technologies.

## UN PARTENARIAT AVEC LE CAMPUS PARIS-SACLAY

En 2021, L'Institut Paris Region et la communauté d'agglomération Paris-Saclay ont collaboré pour engager des démarches qui prennent mieux en compte les usages et contribuent à dynamiser la vie de campus. Les espaces publics, importants à l'échelle du campus, sont un élément clé de l'animation et de la vie locale. La première étape a été d'établir un diagnostic usagers (étudiants, salariés, chercheurs, habitants, commerçants et institutionnels) par le biais d'entretiens et de marches sensibles. Une fois les besoins et les difficultés posés, des expériences françaises et internationales dans les campus et dans les villes ont permis d'identifier des bonnes pratiques et d'élaborer des recommandations pour Paris-Saclay. Ce tour d'horizon d'une diversité de territoires a aussi mis en lumière des problématiques communes à de nombreux campus, qui sont présentées dans cette note avec une partie des outils ou des innovations pour y répondre.

suppose de déconstruire les modèles existants : ce type d'espaces, sauf rares exceptions, ne peut pas ressembler à une ville dense ou à un centre-ville de cœur de métropole. La juxtaposition d'une urbanité qui se résumerait à introduire des logements (étudiants ou autres) et quelques commerces ne suffira pas à en faire un quartier de ville à part entière. Le succès d'un campus s'appuie largement sur l'expérience au quotidien et les effets de proximité qu'il arrive à créer entre ses usagers : des occasions de rencontres, des échanges informels, des « frottements » entre ses différents publics... Ces effets de proximité favorisent l'attachement au territoire, le sentiment d'appartenance et un climat de confiance, qui peuvent stimuler les innovations croisées et le développement d'activités sur le site. La réussite d'un projet de campus dépend de la qualité de vie, de l'animation et de l'effervescence dans les espaces partagés, et pas uniquement de ses composantes « sur le papier » (les acteurs qui le composent, la qualité de l'enseignement ou de productions scientifiques et technologiques, son rayonnement, etc.). Les ressentis et les expériences vécues des individus, qu'ils soient étudiants, chercheurs, salariés ou habitants, révèlent des besoins et des attentes spécifiques. Faisant appel au sensible, ils sont encore peu pris en compte dans les aménagements. Or, la compétition internationale pousse parfois à des « mégaprojets » d'aménagement de campus, qui sont difficilement appréhendables à l'échelle de l'utilisateur au quotidien. Comment favoriser alors des relations intensives ? Comment activer les espaces publics ? Comment imbriquer les fonctions de la ville et le campus, à la fois lieu de savoirs et écosystème d'innovations ?

## PARTAGER UN DIAGNOSTIC COLLECTIF ET AGIR ENSEMBLE

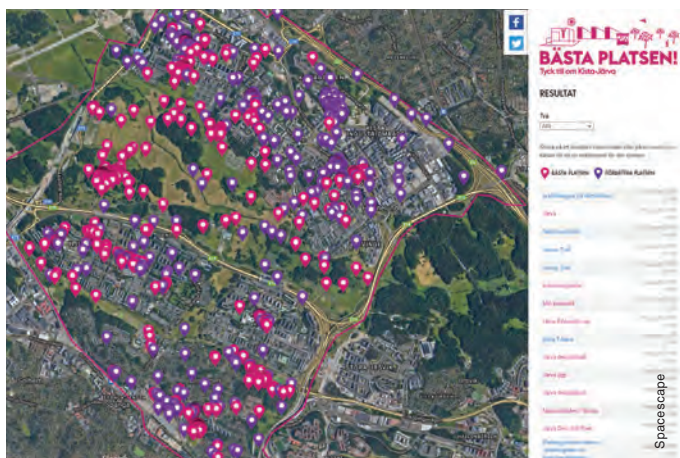
Afin de répondre à ces enjeux partagés, les pratiques se renouvellent en France et à l'international. Les remontées de terrain observées dans les travaux de L'Institut Paris Region montrent que de nombreux campus se densifient, encouragent la mixité fonctionnelle (mêlant des fonctions résidentielles, commerciales, culturelles, administratives, industrielles, etc.), et intensifient et mutualisent leurs usages pour répondre à des objectifs de sobriété foncière, de besoins en logements, de dynamisme économique ou de rayonnement. Une attention particulière est portée aux espaces publics, souvent gérés par les collectivités (lire encadré ci-contre). Ce sujet est d'autant plus crucial dans les campus que l'accès à certains espaces n'est pas forcément autorisé pour des raisons de sécurité ou de confidentialité. La cohabitation entre lieux ouverts et lieux fermés peut créer des crispations, voire des conflits d'usage entre les utilisateurs du campus. Traiter l'espace public collectivement avec les acteurs du campus devient alors une occasion de rencontres et d'échanges propices à un décloisonnement et à une gouvernance partagée entre collectivités, acteurs de l'urbanisme et de l'aménagement, acteurs de l'enseignement et de la recherche, entreprises, commerçants et habitants.

Le partage en amont d'un diagnostic de la qualité et de l'attractivité au quotidien est un préalable à la constitution d'une vision commune et à la conduite d'un plan d'action. Kista, situé en périphérie de Stockholm, est un bon exemple de dynamique collective, qui vise à transformer un campus-cluster vieillissant, développé depuis les années 1970, en quartier urbain attractif et écosystème innovant. Depuis quelques années, le site connaissait des problèmes d'attractivité résidentielle (logements et commerces vacants, sentiment d'insécurité...) et économique (perte de compétitivité dans le secteur des télécommunications, forte vacance de bureaux, méconnaissance de la marque « Kista »...). La forme urbaine du campus, qui sépare logements et activités économiques, était critiquée par les usagers. Si Kista était inclus dans plusieurs projets de rénovation urbaine du Grand Stockholm, leur temporalité lointaine laissait un vide de huit à dix ans avant de voir des changements effectifs. Face à l'urgence, les acteurs locaux se sont donc mobilisés. Un diagnostic des usagers, réalisé sur la base d'entretiens, d'études (dont les sociotopes – lire exemple p. 3) et de marches sensibles<sup>1</sup>, a été conduit en 2021 par les acteurs locaux, à l'initiative des six aménageurs et de la Ville de Stockholm. Ce bilan critique a insisté volontairement sur ce que chacun avait à perdre si rien n'était fait rapidement. Il a permis de faire naître un dialogue, ainsi que l'envie de collaborer entre institutions et de construire une vision collective. Fin 2021, un plan d'action (Kista 2035), une gouvernance ouverte et un outil opérationnel (The Kloud – lire exemple p. 3) ont été mis en place pour relancer le développement du territoire. Le plan d'action, qui se veut flexible et itératif, insiste sur trois temps clés : à un an (2022), à cinq ans (2026) et à quinze ans (2035). Il répond à un questionnaire sous-jacent : que faire dès maintenant pour répondre aux besoins des usagers tout en servant un objectif de long terme ? L'attention porte essentiellement sur les espaces publics à activer et la vie à insuffler, avec un signal fort dès le démarrage, en animant principalement l'artère principale par des food-trucks, des évènements, et des festivals scientifiques, sportifs et culturels. D'ici 2026, des espaces de coworking et des prototypes d'innovation en rez-de-chaussée seront installés jusque dans les axes secondaires du campus, et des sites vacants seront mobilisés pour accueillir des artistes et des communautés de makers (créateurs, fabricants...) afin de tester des usages avec la population locale. Des services d'entretien des espaces et de micro-mobilité (vélos, trottinettes...), ainsi qu'un bureau d'accueil pour les talents étrangers complètent ces premières initiatives.

## FAIRE DU CAMPUS UN QUARTIER À TAILLE HUMAINE RELIÉ AUX TERRITOIRES ENVIRONNANTS

Un campus à taille humaine propose des espaces publics accessibles à tous et facilement appréciables à l'échelle du piéton et du cycliste. L'immensité de certains campus, comme ceux d'Aalto (à Espoo, près d'Helsinki) ou de Paris-Saclay,

## DES INSPIRATIONS POUR DYNAMISER LES ESPACES PUBLICS DANS LES CAMPUS



### Les sociotopes (Stockholm), une méthode répondant aux besoins des usagers

Un sociotope est un espace extérieur décrit tel qu'il est vécu et pratiqué par les usagers. La Ville de Stockholm s'appuie depuis une vingtaine d'années sur cette méthode pour comprendre, cartographier et suivre dans le temps les usages de ses espaces ouverts (parcs, places publiques...). Les habitants sont régulièrement interrogés pour identifier des lieux d'intérêt et les valeurs qu'ils y associent, à partir d'un vocabulaire commun (jeu, pique-nique, tranquillité, nage...), qui permet de dialoguer avec les acteurs publics et les porteurs de projets. Leur vécu est ainsi intégré à la planification urbaine. Une fois les espaces, les usages et les besoins identifiés, des actions sont proposées pour les améliorer. Cette approche a été utilisée sur le campus de Kista afin d'identifier les lieux d'intérêt et des pistes d'amélioration grâce aux retours des usagers du campus. [www.spacescape.se/in-english/](http://www.spacescape.se/in-english/)



### The Kloud (Stockholm), un outil technique et un mode de faire innovant

The Kloud est un outil lancé par les acteurs du campus technologique de Kista : les six aménageurs présents sur le site, en lien avec les entreprises (Ericsson...), les universités (KTH), la recherche (Kista Science City) et la Ville. Lancé fin 2021, The Kloud permet de contrôler et d'unifier la communication (événements et initiatives engagées par chacun), et de créer des projets communs. L'objectif est d'envoyer un signal fort de mobilisation, d'intensifier les coopérations, de clarifier la marque et de repositionner le campus afin qu'il redevienne attractif pour les habitants, les entreprises et les acteurs académiques. Dotée d'un budget de 2,5 millions d'euros par an, pour une durée de trois ans, dans un premier temps, cette structure privée avec une équipe dédiée se veut la cheville ouvrière du renouvellement du campus-cluster. <https://thekloud.se/>



### Le plan de mobilité de la TU de Delft, pour mieux se déplacer sur le campus

Partant du constat que la fréquentation du campus est en constante augmentation, l'université de technologie de Delft a mis en place, avec les acteurs locaux, une politique de déplacements pour un campus accessible et durable, avec zéro émission de CO<sub>2</sub> à l'horizon 2030. Le plan de déplacements a été réalisé afin de donner la juste place à chaque mode de déplacement, dans une vision intégrée du site, et sans exclure un mode au détriment d'un autre. Cette vision est portée par des principes structurants : une zone sans voitures au cœur du campus et une accessibilité assurée sur l'ensemble du site (projet d'extension du tram 19 depuis La Haye vers le sud du campus et des bus en site propre\* au nord du campus) ; une réflexion sur la cohabitation des différents modes (étendre le réseau piétons et cycles, et séparer le trafic automobile et vélo) ; un travail avec les différents acteurs (étudiants, universités, gouvernement central et entreprises) ; une offre importante de stationnement vélo sur le campus et une concentration de nombreux parkings pour voitures aux pourtours du campus.

\* Sur une voie dédiée.

### Le lien entre l'art et la science, pour renforcer l'identité du campus Aalto (Helsinki)

Situé à Espoo, en périphérie d'Helsinki, le campus Aalto réunit sur un même site l'université Aalto\*, des centres de R&D, des start-up et des entreprises installés progressivement depuis les années 1950. Le campus est doté d'un patrimoine architectural riche et d'une identité visuelle forte. Le lien entre l'art et la science est valorisé dans l'espace public à travers plusieurs initiatives : œuvres financées par le 1 % artistique\*\*, galeries et espaces d'exposition, programme de résidences d'artistes... Les expérimentations et les collaborations entre les différentes disciplines, ainsi que le lien avec la recherche et les entreprises sont mis en scène grâce à des démonstrateurs dans les espaces ouverts du campus (expositions, prototypes, robots...). Le visiteur peut également découvrir l'ensemble des lieux patrimoniaux et des infrastructures du campus, y compris ses espaces sécurisés, par une visite virtuelle commentée de chaque bâtiment sur un site dédié : <https://virtualltour.aalto.fi/>

\* Résultat de la fusion, en 2010, de l'université technologique, de l'école supérieure de commerce d'Helsinki, et de l'école supérieure d'art, de design et d'architecture.

\*\* Versé par l'aménageur.



### Le design actif, pour améliorer la convivialité des espaces publics et la santé, à Loughborough

Face à l'augmentation de la sédentarité des populations et à ses impacts sur la santé, le design actif est une approche du développement urbain qui identifie des stratégies à mettre en œuvre afin d'aménager un environnement favorable aux activités physiques et sportives. Plusieurs campus, comme ceux de l'université de Loughborough (Royaume-Uni) ou de l'Institut royal de technologie de Melbourne (RMIT), ont créé des aménagements s'appuyant sur cette démarche. Cela comprend à la fois des interventions pour favoriser la « marchabilité », la connexion entre les réseaux piétonniers et cyclables, et l'aménagement d'espaces ouverts accueillant une diversité de fonctions, ainsi que des actions vers les populations – sportives ou non – pour développer des modes de vie plus actifs.



### Y.Spot (Grenoble), un bâtiment hybride conciliant espaces ouverts et fermés

Le campus GIANT, à Grenoble, s'organise autour d'un axe central, l'avenue des Martyrs, qui concentre les voies cyclables, piétonnes et routières, ainsi que le tramway. Il sépare les activités économiques sensibles (activités du Commissariat à l'énergie atomique – CEA) d'un côté, et des logements et des commerces de l'autre. Le pôle Y.Spot, situé sur cet axe, sert d'interface entre ces deux espaces distincts. Il est composé de deux bâtiments : le Y.Spot Labs, ouvert en 2020, et le Y.Spot Partners, ouvert en 2022. Ce dernier est un bâtiment hybride, semi-ouvert au public. Il accueille le CEA Tech, un *fablab* (atelier de fabrication collaboratif) tourné vers l'innovation technologique, un Village by CA (accélérateur de start-up et de jeunes entreprises novatrices) et un restaurant deux étoiles au guide Michelin. Une terrasse fait le lien entre le bâtiment sécurisé, Y.Spot Labs, à l'intérieur des espaces du CEA, et le bâtiment ouvert au public. [www.giant-grenoble.org/fr](http://www.giant-grenoble.org/fr)



peut rendre complexe l'appropriation par les usagers. Favoriser les mobilités douces, clarifier les cheminements des piétons et des vélos, améliorer les dessertes et la signalétique vers les territoires environnants, inclure davantage de mobilier urbain, végétaliser et valoriser les continuités écologiques sont autant de leviers pour relever ces défis.

L'université de technologie (TU) de Delft, la plus ancienne université technologique publique des Pays-Bas, offre ainsi une grande perméabilité entre les trois parties de son campus : le nord, site historique, offre une grande porosité avec le centre-ville de Delft ; le centre, qui a connu son fort développement dans les années 1950-1960, accueille les principaux espaces publics ; et le sud est dédié au parc technologique accueillant des entreprises innovantes. Au sein du campus, la cohérence d'ensemble est obtenue par la très bonne accessibilité des bâtiments et des espaces publics de grande qualité, qui constituent un véritable liant. La grande porosité du campus l'est aussi avec les quartiers qui l'entourent, qu'ils soient résidentiels ou plus dynamiques, comme le centre-ville et ses commerces, au nord. Il s'agit d'un campus sans frontière, ouvert sur la ville et propice aux échanges. Ces espaces ouverts et les nombreux cheminements, accessibles et accueillants, confèrent un sentiment de « bienvenue » et de légitimité (lire exemple p. 3).

### ENCOURAGER UNE DIVERSITÉ D'USAGES ET DE RENCONTRES

Les espaces publics sont le premier contact que les différents usagers ont avec le campus. Chacun doit se sentir accueilli et autorisé à réaliser diverses activités, qu'elles soient de détente, culturelles ou sportives. Rendre possible et intensifier les usages dans l'espace public participent à la vie locale, et favorisent les rencontres entre des usagers qui ne se croisent pas habituellement.

Cela passe par une réflexion sur l'aspect physique des espaces publics, comme le mobilier urbain (abris, espaces de repos, fontaines, éclairages...) et la voirie (choix de revêtement adaptés aux usages). Il s'agit de faciliter l'appropriation des espaces et de penser leur réversibilité, les usages étant variés et évolutifs, de ne pas standardiser les réponses mais d'observer les pratiques et les évolutions souhaitées, et d'accompagner les usagers pour éviter de potentiels conflits d'usage. L'urbanisme temporaire<sup>2</sup> peut être mobilisé. La convivialité des campus est également créée par l'ouverture des bâtiments sur l'extérieur et l'animation des rez-de-chaussée d'immeubles avec l'installation d'activités commerciales, sportives et de services, ou en rendant visibles certaines activités dans les immeubles de bureaux (réunions, expositions...). L'organisation d'une offre événementielle dans les espaces publics contribue également à l'animation du campus, le valorise et fait découvrir ses particularités.

L'accueil des nouveaux usagers, nationaux ou étrangers, passe également par des kits d'accueil, des événements dédiés ou des visites *in situ* et virtuelles, comme celles organisées par l'École royale

polytechnique (KTH), à Stockholm, ou la TU de Delft et l'université Aalto, près d'Helsinki, qui permettent de s'approprier les espaces du campus et son histoire (lire exemple p. 4).

Le sport est aussi un outil pour animer et aménager ces espaces, d'autant plus que les activités physiques et sportives dans l'espace public se développent. Il ne s'agit pas seulement de proposer aux étudiants une offre sportive attractive, mais d'utiliser le sport comme élément constitutif de l'urbanité du campus. Aménager des espaces publics favorables aux activités physiques et sportives répond à une demande et à certains défis majeurs de nos sociétés : améliorer la santé des habitants et la qualité de vie, et construire des territoires plus inclusifs et plus écologiques. Les démarches de design actif vont dans ce sens (lire exemple p. 4), de même que celles, plus globales, de mise en cohérence et d'articulation des offres sportives sur un territoire, comme la démarche engagée par l'établissement public territorial Plaine Commune, avec l'élaboration d'une « trame active, ludique et sportive ».

### METTRE EN SCÈNE L'IDENTITÉ DU CAMPUS

L'identité du campus repose sur plusieurs dimensions, telles que la capacité des acteurs à travailler ensemble, la réputation des activités économiques et de recherche, l'attractivité touristique du site, l'image de marque, le rayonnement culturel et patrimonial (histoire scientifique et traces historiques), ou encore la qualité et la préservation des espaces naturels. L'identité du campus préexistant avant toute intervention, il s'agit de la comprendre et de l'analyser avant d'agir dessus.

Une signalétique forte, cohérente et propre au campus permet de le distinguer des autres quartiers de la ville, de révéler son caractère singulier, mais aussi de faciliter l'appropriation de l'espace par les usagers. Ainsi, à l'instar de la Cité internationale universitaire de Paris ou du campus Aalto, à Espoo, la multiplicité des plans de situation ainsi que des panneaux informatifs et directionnels contribuent à valoriser le campus.

Des bâtiments emblématiques et des œuvres culturelles participent également à l'identité du campus. C'est le cas du campus MIL de Montréal, dont les nouveaux pavillons scientifiques, ouverts en 2019, sont le nouveau visage de l'université. Pour se doter d'une identité forte, les architectes ont cherché une composante qui unifie les nouveaux bâtiments au campus principal, établi sur le flanc nord du mont Royal. Ils ont donc introduit au projet des éléments de la montagne, intimement liée à l'image et à l'histoire de l'université de Montréal. À travers le design architectural et les perspectives, la nature s'invite dans le projet, soit de façon concrète (les jardins adjacents à l'agora composés d'essences que l'on trouve sur le mont Royal), soit par le relief des bâtiments et leur lien avec l'espace public. Implanté sur le site de l'ancienne gare de triage d'Outremont, ce campus a une identité visuelle qui se distingue par un travail sérigraphique, rappelant les rails de la gare de triage, intégré au verre composant

### Les étapes clés pour une mise en animation des espaces publics d'un campus



### Processus itératif :

- Impliquer les usagers de manière régulière
- Assurer un suivi et une évolution
- Expérimenter, s'octroyer le droit à l'erreur

© L'INSTITUT PARIS REGION 2022  
Source : L'Institut Paris Region 2022

L'INSTITUT  
PARIS  
REGION

l'enveloppe des bâtiments. Un fil conducteur relie les quartiers du campus : une « ligne bleue » au sol parcourt le site, la circulation étant conçue comme une ramification qui traverse les espaces publics à différents niveaux.

La vocation scientifique et technologique du campus constitue aussi un élément fort de son identité. Les espaces publics peuvent être mobilisés pour tester des prototypes et présenter des démonstrateurs au grand public. Cela renforce le lien entre habitants du campus et acteurs économiques du cluster, et rappelle le caractère innovant du campus, comme le Green Village à la TU de Delft, *living lab* (laboratoire vivant) à ciel ouvert sur l'innovation soutenable, ou le projet 5G Ride à Kista, qui explore comment la 5G, l'intelligence artificielle et la gestion à distance des véhicules peuvent faciliter l'introduction de bus électriques autonomes en milieu urbain.

### RÉVÉLER LA FACETTE INTERNATIONALE DU CAMPUS

Un certain nombre d'éléments structurants sont attendus dans un campus afin de le rendre visible et attractif à l'international : un *learning centre* (centre d'apprentissage), une bibliothèque universitaire, un lycée international, un incubateur... Mais ces bâtiments souvent iconiques ne suffisent pas, à eux seuls, à créer une ambiance « campus ». Une démarche de marketing territorial se révèle utile pour apporter une cohérence à l'ensemble, clarifier son identité ou encore mener des actions en direction de publics ciblés (étudiants, chercheurs, entreprises, etc.).

Le campus Grenoble Innovation for Advanced New Technologies (GIANT) a ainsi développé au fil du temps un système multi-marques original, ciblé en fonction de ses publics. Par exemple, Minatec, première marque lancée en 2005 à l'initiative d'un acteur phare du campus – le Commissariat à l'énergie atomique (CEA) –, réunit les plateformes de recherche autour des micro et des nanotechnologies. Dans la même logique, la marque « GIANT », créée en 2009, regroupe l'ensemble des acteurs de l'innovation du campus autour des problématiques des technologies de la santé et de l'énergie. Ces deux marques permettent au campus de développer une logique de réseaux à l'international en étant relié aux écosystèmes d'innovation mondiaux. Enfin, Grenoble Alpes Métropole a développé sa marque du même nom à l'échelle du territoire métropolitain pour promouvoir son attractivité auprès d'un public diversifié (étudiants, touristes, habitants et salariés). Au quotidien, on ressent l'ambiance internationale du campus à travers la présence de publics internationaux (étudiants, chercheurs, touristes et visiteurs), des marqueurs urbains (lire exemple p. 4) et des animations. Ces différents éléments convoquent les sens des usagers : la vue (affichage marketing et signalétique en anglais), l'ouïe (annonces dans les transports en plusieurs langues, langues étrangères dans la rue...) et le goût (commerces de bouche et alimentaires diversifiés pour un public international...).

### DERRIÈRE L'USAGER, L'HUMAIN

Ces bonnes pratiques ont en commun le fait de s'intéresser à l'aspect humain, à l'expérience au quotidien, à ce qui est partagé dans un campus et à ce qui ne l'est pas. Elles rappellent que l'attractivité d'un campus urbain repose aussi sur l'espace vécu, qu'il s'agit de comprendre en fonction des types de population qui le traversent, y travaillent ou y habitent. Dans toutes ces démarches qui prennent appui sur l'espace public, les collectivités locales et les acteurs présents sur les campus ont un rôle charnière à jouer pour faire vivre l'écosystème d'acteurs présents. ■

Hugo Delort, socio-économiste,

Odile Soulard, économiste-urbaniste,

département Économie (Vincent Gollain, directeur)

Émilie Jarousseau, urbaniste,

département Aménagement, urbanisme et territoires (Cécile Diguët, directrice)

Laure Thévenot, socio-économiste,

Institut régional de développement du sport – IRDS (Claire Peuvergne, directrice)

1. La marche sensible est une promenade organisée pour recueillir les impressions d'un public cible et évaluer leur expérience vécue sur un espace donné. Elle mobilise les sens, les émotions et les représentations des participants.
2. L'urbanisme temporaire (ou transitoire) englobe toute initiative qui vise, sur des terrains ou sur des bâtiments inoccupés, à réactiver la vie locale de façon provisoire, lorsque l'usage du site n'est pas déterminé ou que le projet urbain ou immobilier tarde à se réaliser.

#### DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Nicolas Bauquet

#### DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION

Sophie Roquette

#### RÉDACTION EN CHEF

Laurène Champalle

#### MAQUETTE

Jean-Eudes Tilloy

#### INFOGRAPHIE/CARTOGRAPHIE

Pascale Guery

#### MÉDIATHÈQUE/PHOTOTHÈQUE

Joséphine Grupp, Julie Sarris

#### FABRICATION

Sylvie Coulomb

#### RELATIONS PRESSE

Sandrine Kocki

33 (0)1 77 49 75 78

#### L'Institut Paris Region

15, rue Falguière  
75740 Paris cedex 15  
33 (0)1 77 49 77 49

ISSN 2724-928X  
ISSN ressource en ligne  
2725-6839



institutparisregion.fr



## RESSOURCES

- « Bouger ! Le sport rythme la ville », *Les Cahiers*, n° 177, L'Institut Paris Region, IRDS, 2020.
- *Guide du design actif*, ANCT, décembre 2021.
- Delort Hugo, Leroi Pascale, Soulard Odile, « La marche sensible, un diagnostic en mouvement », *Note rapide*, n° 951, L'Institut Paris Region, août 2022.
- Gollain Vincent, *Réenchanger les lieux publics, l'expérience utilisateur comme levier d'attractivité*, Territorial Éditions, novembre 2020.
- Hawi Lina, Rousseau Amélie, *Guide pratique pour l'aménagement des sites universitaires*, L'Institut Paris Region, Epaurif, 2018.
- Hawi Lina, Rousseau Amélie, « Les sites universitaires, des périmètres à aménager », *Note rapide*, n° 891, L'Institut Paris Region, mai 2021.
- Leroi Pascale, « Transfigurer l'espace public avec des objets de convivialité », *Note rapide*, n° 850, L'Institut Paris Region, juin 2020.
- Peuvergne Claire, *Aménagement, cadre de vie et pratique de l'activité physique et sportive*, IRDS, ARS, CDOS 93, 2018.
- Peuvergne Claire, Vaudois Florian, « Une trame pour inscrire l'activité physique et sportive au cœur du développement urbain », *Note rapide*, n° 902, L'Institut Paris Region, juillet 2021.
- Soulard Odile, « Le Campus idéal s'invente aujourd'hui », *Note rapide*, n° 791, L'Institut Paris Region, novembre 2018.
- Soulard Odile, « Campus et clusters mondiaux, un détour par l'ailleurs », *Note rapide*, n° 607, L'Institut Paris Region, novembre 2012.
- Monographies de campus (2010-2015) : ETH (Zurich), université Aalto (Helsinki), Portland, UCSF (San Francisco), Digital Media City (Seoul) ; Visite d'étude Silicon Valley et San Francisco, L'Institut Paris Region, 2018.

