



Sommes-nous devenus définitivement des individus ? Après tout, tout maintenant est chez nous.

Il suffit d'Internet pour avoir tous les renseignements voulus, toute la culture humaine y est jetée en vrac et mise à disposition à qui veut bien s'y intéresser, et Skype nous permet de nous voir et de nous parler sur écran comme dans les films de science-fiction de naguère. Qui sait ? Peut-être qu'après demain, tous les services en ligne nous permettront de ne plus du tout nous déplacer et de tout faire de chez nous. Cette vision caricaturale de notre société de demain, voire parfois d'aujourd'hui, fait peu de cas d'autres évolutions au sein de la société. Par exemple, le Troisième Lieu.



Question ! Qu'est-ce qu'un Troisième Lieu, un Tiers Lieu ou, troisième synonyme, la Troisième Place ? C'est un concept né à la fin des années 1980 inventé par Ray Oldenburg, un sociologue urbaniste américain né en 1932, professeur émérite au département de sociologie et d'anthropologie de l'Université de Pensacola en Floride. Ray Oldenburg a particulièrement développé son concept dans un livre intitulé : "The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You Through the Day".

Tout résulte d'un constat. Il y a des lieux propices aux rassemblements, aux rencontres, à la vie en groupe. Ces lieux ont toujours existé, ils sont le plus souvent informels : cafétérias, cafés, bars, marchés, espaces rencontres dans l'entreprise... Ce sont des lieux qui induisent une forme de sociabilité minimale, c'est là qu'on est ensemble sans obligation même de se rencontrer. Bien entendu, ces lieux peuvent susciter les rencontres, mais les individus qui les fréquentent peuvent donner priorité à d'autres activités ou flâneries. C'est d'ailleurs pourquoi, les individus libres que nous sommes sensés être, se sentent si libres de les fréquenter.

Le Troisième lieu

Écrit par Franck

Ray Oldenburg distingue trois lieux de vie : la famille, le travail, le troisième lieu... Est-ce que tout ce qui n'est pas la famille et le travail est un Troisième Lieu ? Rien n'est moins sûr, mais en tous les cas le Troisième Lieu, de par ses caractéristiques, regroupe énormément d'endroits. Les caractéristiques communes en seraient donc les suivantes :

- 1) Un cadre neutre et vivant
- 2) Un lieu de fréquentations voire d'habitues
- 3) Un endroit accessible et ouvert
- 4) Un lieu d'œcuménisme social
- 5) Un presque second chez soi chaleureux
- 6) Une atmosphère ludique et attrayante

Les fréquentants de cette Troisième Place, un peu comme les agoras antiques, font en fait partie de cet environnement, d'autant plus qu'ils y viennent et s'y habituent.



Le Troisième-Lieu a été utilisé dans le cadre de la stratégie marketing de la chaîne multinationale Starbucks Coffee Company : un endroit familier et cosy comme les cafés français et viennois ou le pub anglais. L'objectif du dirigeant de cette multinationale est de donner à ses clients un lieu confortable, accessible à tous et suscitant l'interaction informelle. Selon ses

termes, il s'agit d'aménager une sorte d' "oasis social" mettant à disposition gratuitement la wi-fi avec un mobilier convivial, une ambiance chaleureuse et bien sûr favoriser une consommation optimale.

Bien entendu, Ray Oldenburg va plus loin. Pour lui, la Troisième Place est un axe physique autour duquel nous pouvons organiser nos allées et venues d'autant plus que nous avons le sentiment d'y être libre et d'y appartenir. Tout l'intérêt réside dans le fait qu'il contribue aux brassages des idées et à la régénération sociale. Nous ne sommes donc plus dans le marketing mais dans un modèle de société. C'est pourquoi, cette thèse du Tiers-Lieu va s'étendre à d'autres milieux qui vont l'utiliser dans un but plus citoyen devenant à terme un vrai enjeu urbain, architectural et design (au sens de la place et de l'utilité des objets). C'est ainsi que sont nés les Tiers-Lieux d'innovation par exemple comme les Fablabs ou Incubateurs qui sont des structures d'accompagnements de projets, créations d'entreprises, fabrications d'objets de toutes sortes et productions artistiques.

Depuis quelques années, c'est ce modèle qui a été utilisé pour les bibliothèques au point qu'il est devenu le modèle de référence aux Etats-Unis, aux Royaumes-Unis, mais aussi en Hollande et dans les pays scandinaves. Depuis le célèbre mémoire de l'Enssib de Mathilde Servet, il semblerait qu'une nouvelle mutation de la bibliothèque publique est en train de se réaliser...