



HAL
open science

**Les gratte-ciel comme outils de marketing urbain,
touristique et économique en faveur des territoires
marginalisés. Barcelone, de la tour Agbar au district
créatif 22@ de Poblenou.**

P. Ballester

► **To cite this version:**

P. Ballester. Les gratte-ciel comme outils de marketing urbain, touristique et économique en faveur des territoires marginalisés. Barcelone, de la tour Agbar au district créatif 22@ de Poblenou.. Presse de l'ENSA. Architecture symbolique et renouveau d'espaces marginalisés, pp.79-98., 2014, 978-2-905108-09-8. hal-02983108v1

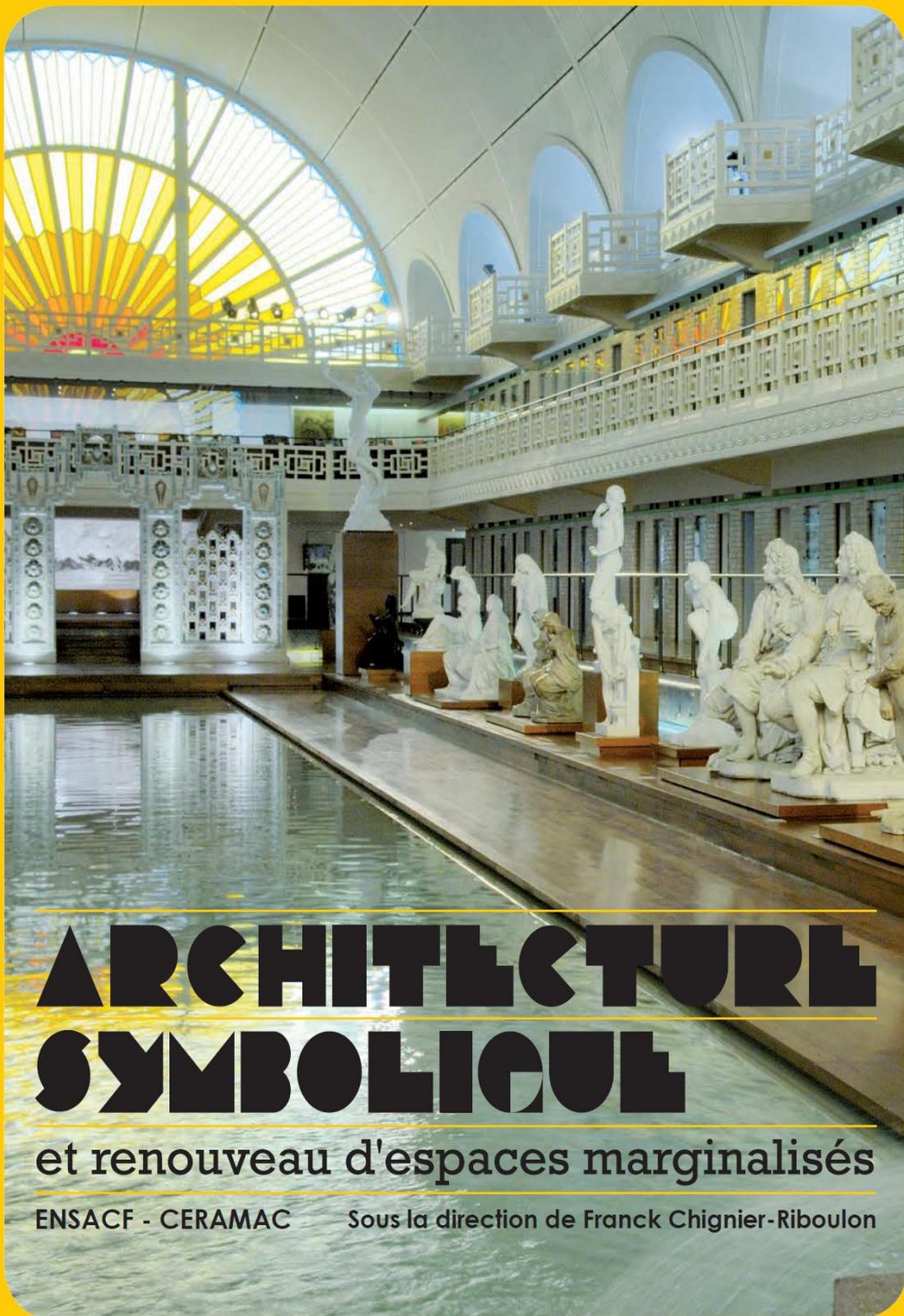
HAL Id: hal-02983108

<https://hal.science/hal-02983108v1>

Submitted on 10 Nov 2020 (v1), last revised 2 Jan 2024 (v2)

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



ARCHITECTURE SYMBOLIQUE

et renouveau d'espaces marginalisés

ENSACF - CERAMAC

Sous la direction de Franck Chignier-Riboulon

**Les gratte-ciel comme outils de marketing urbain, touristique
et économique en faveur des territoires marginalisés**
Barcelone, de la tour Agbar au district créatif 22@ de Poblenou

Les gratte-ciel comme outils de marketing urbain, touristique et économique en faveur des territoires marginalisés. Barcelone, de la tour Agbar au district créatif 22@ de Poblenou.

Par Patrice BALLESTER¹

*«Monstre énorme, géant,
Qui se dresse superbe au centre de la ville.
Squelette d'acier, chair de ciment.
Ses dents de granit froides et dures
Peuvent écraser le soleil d'or du couchant.
Ses mille yeux transparents et bien rangés.
Sont-ils ceux d'Argus ressuscité ?
Quand vient la nuit,
Ces yeux qui scintillent la surveillent jalousement.
Ont-ils peur qu'elle n'abrite trop de complots et de secrets?»*

Wou Wang-Jao, 1969.

La réalisation de la Tour Agbar marque pour la mairie de Barcelone une nouvelle étape dans son projet urbain et sa communication. Les acteurs de la capitale catalane désirent obtenir une inversion des représentations négatives concernant le quartier péricentral de Poblenou², le district le plus pauvre et marginalisé du territoire municipal appelé en son temps la Manchester du sud de l'Europe³. La conceptualisation, programmation et construction d'une nouvelle image attractive se concrétise grâce à une opération de marketing urbain consistant dans l'imposition d'un cahier des charges flexible permettant la réalisation d'édifices innovants à l'architecture résolument contemporaine rompant avec la réglementation en vigueur sur la limitation de la hauteur des gratte-ciel. L'objectif est de créer un district de l'innovation durable et créatif : le cluster 22@. Dans cette optique, la tour Agbar de Jean Nouvel⁴ devient un objet de réflexion à la fois fonctionnel dans la recherche classique de gain d'espace et de bureau pour mettre à disposition un nouveau siège et lieu de travail d'une compagnie des eaux mais aussi symbolique dans sa capacité à marquer le changement dans l'une des plus imposantes friches urbaines européennes (Gottman, 1966). Un objet culturel et formateur d'une nouvelle identité territoriale se dessine à partir de cet édifice et de la compétition mondiale entre métropole (Biase, 2009) sur des fondements économiques de libéralisation des marchés et libéralisme économique (Davis, 2007) ainsi que dans la croyance dans l'économie cognitive comme nouvelle étape d'un processus de relocalisation au plan européen (Cormerais, 2001).

¹Enseignant (Académie de Toulouse), chercheur, docteur en géographie, aménagement et urbanisme, qualification aux fonctions de Maître de Conférences CNU sect. 24 en 2010. Domaine de recherche : hybridation des paysages urbains issus de la mondialisation dans l'espace méditerranéen. patrice.ballester@ac-toulouse.fr

²Poblenou, Poble Nou, 22@, la polémique sur le choix de la dénomination et orthographe du *barrio* (en castillan), *barrí* (en catalan) est présente avec comme arrière-pensée la recherche de la nouvelle identité du quartier. Comme pour le *Camp Nou* ou *Poble Sec*, la reformulation de la toponymie vient de groupe privé ou semi public. Le quartier de Poblenou se trouve au sein du district municipal de San Martí. Littéralement : nouveau village/ville <<http://www.lavanguardia.com/participacion/cartas/20111129/54239515070/poble-nou-opoblenou.html>> au 01/02/12. Site de la *Vanguardia*, voir les propos de Pila Serrano.

³Nom donné à Poblenou depuis le début du XXème siècle, montrant l'importance pour l'Espagne et la Catalogne de cet espace industriel unique dans la péninsule ibérique de par sa dimension (200 hectares) et sa capacité de production industrielle en direction des marchés européens.

⁴Réalisation de la tour Agbar entre 1999 (début des études) et 2005 (inauguration).

Plus qu'une tour, c'est un outil de marketing urbain (Didelon, 2010) de référence touristique et économique d'un district de l'innovation qui se veut capable de changer la destinée d'un territoire à la fois en déclin et en marge du centre-ville de la capitale catalane. Pour comprendre les mécanismes amenant à la création d'une architecture symbolique issue de la mondialisation à travers la concrétisation d'un ouvrage d'art de référence, notre raisonnement se décompose en trois interrogations permettant d'aborder à la fois les origines et justifications du projet, les mécanismes de sa définition progressive comme architecture symbolique et enfin les conséquences engendrées pour le nouveau territoire du 22@. Trois étapes jalonnent notre raisonnement, à savoir : *Première interrogation* : par quels appareillages politico-culturel et phénomènes endogènes et exogènes une tour devient-elle figure du marketing urbain d'un district de l'innovation ? Une description des différentes étapes des jeux complexes d'acteurs permettent d'analyser un paysage urbain à la fois moderne et traditionnel dans sa capacité à s'insérer dans une culture méditerranéenne, européenne, catalane et mondialiste. (1.) *Deuxième interrogation* : à partir de quand une architecture devient-elle symbolique et digne d'être insérée dans les référents identitaires visuels, littéraires, touristiques et commerciaux d'une ville ? La notion et l'importance d'une expression complémentaire à celle du *skyline* classique - souvent prise de photographie panoramique - avec le terme de « *silhouette d'une ville* » au plan artistique et des représentations produites est proposée pour renforcer notre argumentation. La caractérisation d'une architecture symbolique ou iconique pour certains, voire de *star architecture* est abordée à travers une méthodologie de recensement multicritère, multidimensionnelle, multi-expression dans les images et représentations produites, positives ou négatives, de ce paysage urbain hybride comportant gratte-ciel et zones insalubres toutes proches, ceci à toutes les échelles⁵. Cette méthodologie permet de compléter la simple revue de presse et recueil des critiques d'art ou sentiments personnels (Gavari-Barbas, 2010) (2.) *Troisième interrogation* : un basculement territorial peut-il se résumer à l'architecture symbolique d'un gratte-ciel ? L'architecture symbolique de la tour Agbar s'inscrit-elle dans une politique de rupture avec le passé du quartier industriel de Poblenou ou dans une conciliation entre modernité et tradition à travers des mouvements sociaux contemporains (3)?

1. D'un quartier historique à une tour symbole de la régénération urbaine, de Poblenou au 22@: à la recherche d'une identité perdue ?

Poblenou comporte une histoire urbaine spécifique baignée de revendications sociales et ouvrières (1.1), pour comprendre la requalification urbaine de ce quartier et sa genèse par une œuvre architecturale symbolique, on doit souligner l'opposition entre deux logiques territoriales, en l'occurrence marchande et culturelle (1.2). Quant au plan urbanistique, la première commande emblématique faite à Jean Nouvel est celle d'une tour devant répondre aux impératifs de communication de la mairie pour marquer le renouveau municipal dans sa stratégie globale reposant sur la nouvelle économie des TIC appuyée par une programmation municipale ultra maîtrisée (1.3).

⁵Une évaluation des représentations de ce projet d'aménagement d'un quartier et l'insertion de ce gratte-ciel dans les stratégies municipales s'est effectué à partir d'une enquête de terrain sur plus de 10 ans entre 2002 et 2012 avec un retour à de multiples reprises sur le quartier de Poblenou, interviews de dirigeants et récoltes des dernières statistiques locales et nationales espagnoles, accompagnées d'enquêtes photographiques et collecte de plus d'une centaine de documents iconographiques très variées dans leurs sources, fonds, origines et diffusions (tracts politiques, flyers de night-clubs, affiche publicitaire, concours d'architecture, cartes postales, sites web, entreprises de textile, de souvenirs...).

1.1 Les conditions d'appropriation d'un espace symbolique : Poblenou

Poblenou est un espace urbain doublement stratégique. Les possibilités foncières offertes par de vastes friches et la situation stratégique du quartier en font un quartier prisé par les artistes dans un premier temps et les promoteurs, petites et moyennes entreprises, firmes multinationales, dans un second temps. Une géohistoire du quartier apporte des éléments de réponses à la compréhension d'une renaissance urbaine. Au Moyen Âge, ce lieu est une zone marécageuse située aux portes de Barcelone, transformé ensuite en pâturages, conséquence du réchauffement climatique cyclique. Ce qui va devenir Poblenou est alors une étendue de fermes, de champs et d'élevages de bétail pour approvisionner la capitale régionale. Avec la Révolution Industrielle, la fabrique d'indiennes débute par la réalisation de teinture et présence de forges comme celle d'Achon i Ricart demandant beaucoup d'eau. Un des points importants concernant la gestion urbanistique de Poblenou réside dans le rêve de Cerdá décidant dans son plan d'ensanche de 1859 d'une extension urbaine planifiée spécifique pour ce quartier permettant la création d'une nouvelle communauté : la Nouvelle Icare, *Nova Icaria*, sur le modèle utopique socialiste français du phalanstère (Coudroy de Lille, 1994 - Archive Historique de Poblenou, 2001, 2005). De plus, le district concentre la majeure partie des connexions ferroviaires de la ville avec la première ligne de chemin de fer espagnole Mataró-Barcelone inaugurée en 1848 au profit du transport de marchandise et de charbon. La présence des institutions de crédit, des boutiques, des fabricants, d'usines, de fonctionnaires douaniers et de sociétés internationales comme Martini et Rossi spiritueux (Archive historique de Poblenou, 1998 - Martí 2008) renforce le prestige d'un quartier industriel et commerçant au niveau européen. Il en ressort une impression générale d'un lieu où se crée des formes, des objets, des vêtements, ainsi que des slogans. Une identité urbaine se forge, celle de la novation industrielle comme pour Escofert, la plus grande fabrique de faïence d'Espagne au XIXe siècle. D'autre part, la question du foncier dans la cohabitation d'activités artistiques, culturelles et sportives provoquent des polémiques tant pour l'implantation d'usines industrielles polluantes que pour la question de la part à réserver pour les logements d'ouvriers ou centres de loisirs et de récréation (Huertas, 2001). Dans les années 1960, la population du quartier s'organise contre des plans de promoteurs immobiliers sur sa partie littorale suite au début de la fermeture d'usines. Le Plan de la Ribera en 1964/65 puis celui du maire Porcioles au début des années 1970 proposent avec l'aide d'une grande banque et de grandes entreprises d'expulser en nombre une partie des habitants au profit de complexe immobilier de rapport recherchant l'attraction d'une population aisée en lien avec le tourisme et l'interface maritime (Checa, 2003). Ce dernier plan implique l'expulsion de plus de 15.000 habitants, plus une perte d'emploi dans de nombreux ateliers démolis et des effets négatifs sur le voisinage à cause de la hauteur des immeubles projetés (Busquets, 2004 : 330-334). L'intellectuel et architecte Manuel de Solà-Morales décédé en ce début d'année 2012 y trouve son premier terrain d'étude et de recherche sur l'identité du projet urbain (Solà-Morales, 1974). Puis dans les années 1970/1980 se ferment les unes après les autres les usines et hauts fourneaux. Il ne reste que les grandes cheminées comme vestige du passé industriel du quartier. Seule la fonction d'entrepôts subsiste pendant quelques temps pour devenir une friche urbaine imposante. La Diagonale est alors coupée par un empiètement de bâtiments disparates et petites voies de communication rendant illisible le parcellaire de Cerdá. Pollution du sol, paysage urbain chaotique font de Poblenou un territoire désespéré.

1.2 La confrontation de logiques d'accapuration de l'espace : entre logique marchande et logique culturelle-artistique

Avec la Barcelone olympique de 1992 et ses travaux catalyseurs (Monclus, 2008, Ballester, 2008), le quartier n'a pas bénéficié des fonds d'investissements locaux et nationaux hormis le quartier de la Nova Icaria, le Port Olympique et la réalisation d'une *ronda littoral*/rocade comportant deux échangeurs. Pourtant la géographie de Poblenou plaide en sa faveur, c'est un quartier péricentral disposant des aménités valorisantes en cas d'aménagements conséquents. Il propose une interface maritime, la proximité de deux voies de communications majeures en cas de travaux (Ronda et Diagonale), d'un rond point régulateur et surtout de 198 hectares de surface plane avec un total de 107 îlots disponibles en partie ou totalement voués à la construction. Enfin, début 2000, les services de l'urbanisme ont acquis une expérience non négligeable avec les Jeux Olympiques et une bonne connaissance de l'*Eixample* par un savoir-faire d'aménageur à partir de très grands projets urbains. Le contexte économique pousse les autorités barcelonaises à proposer un projet d'envergure pour attirer les nouvelles industries créatives, généralement non enclin à la délocalisation. Dans les années 1980, Eduardo Mendoza rappelle dans ses romans l'état d'esprit des décideurs dans le domaine de la stratégie économique à Barcelone : « *En Catalogne la tradition, aujourd'hui, est un poids mort. Nous vivons cramponnés au textile et à une petite industrie totalement dépassée. Pour survivre, nous devons nous transformer. Que ce soit un bien ou un mal, tout a changé. Avec les ordinateurs et le fax, l'argent s'est internationalisé. Le capital n'a pas de nationalité* » (Mendoza, 2007). Pour la métropole de l'après Jeux Olympiques comportant plus de 2,5 millions d'habitants avec 13 municipalités et une économie urbaine tournée notamment sur le tourisme, le Poblenou devient un enjeu de conceptualisation dans la possibilité d'une alliance réglementée entre économie créative, attractivité territoriale et renaissance d'un quartier sur les concepts du développement durable. L'idéation d'une cité digitale avec des similitudes dans la quête d'une utopie urbaine comme pour la Nova Icaria commence à germer parmi les décideurs. Or, dans ces bâtiments en ruine se trouvent de nouveaux habitants dont de nombreux artistes, travailleurs pauvres, indigents, clandestins, jeunes en mal de logement, associations et syndicats révolutionnaires. Une prise de possession illégale de nombreuses usines désaffectées se produit dans les années 1990. La non intervention des pouvoirs publics et la politique des prioritaires de parcelles désireux d'attendre des jours plus favorable pour la vente de ces terrains expliquent l'inertie et l'accapuration d'un espace symbolique et historique de la Catalogne. S'engage des visions contradictoires de ce que peut et doit être le *nouveau village* du XXI^e siècle : un paysage de tour contemporaine, une zone de sauvegarde patrimoniale des bâtiments anciens, un quartier d'habitation populaire et de classe moyenne (quartier durable de type agenda 21), une alliance entre les trois options urbanistiques ?

1.3 De la conceptualisation d'une tour-campanile comme processus d'inversion des valeurs d'un quartier à des fins d'identification d'un district créatif

Une première anticipation et conceptualisation de ce que peut être à nouveau ce quartier repose sur la capacité d'une société innovante à offrir un nouveau régime foncier pour Poblenou et ses habitants. La tour Agbar en est la première émanation-concrétisation. Elle doit permettre de par sa physionomie, apparence et qualité de développer les regards des investisseurs et diriger les flux des investissements Directs Étrangers (IDE) pour créer un quartier créatif avec des bases idéologiques parfois peu probantes si l'on se réfère à la critique académique sur le sujet⁶.

⁶Les références aux thèses critiquables de Richard Florida (Florida, 2005) et Michael Porter (Porter, 1998) sont explicitement revendiquées par les acteurs du projet dont la personne de Miquel Barceló, directeur de la structure 22@ au tout début de sa conceptualisation (Barceló, 2009).

Josep Acebillo responsable de l'urbanisme barcelonais (1993-2012) et de la région métropolitaine à travers la Barcelona Régional, organe de gouvernance métropolitain, souligne que l'édifice de Jean Nouvel est « *nouvelle ligne d'horizon de la Barcelone moderne et attractive* » (Acebillo, 2004). D'un autre côté, artistes et population locale restent perplexes face à une telle entreprise et constatent les dégâts d'un urbanisme dit capitaliste selon eux ou sans âme à leur dépend. Ils demandent plus de concertation, de réunions publiques et d'inflexion du projet. Quant à la presse grand public, elle se fait écho des débats et relate des projets de gratte-ciel comme la future « *Torre Agbar* » tout en avançant des termes comme *Silicon Valley*, ou Palo Alto et ses studios d'artistes. Survient un terme, savamment pensé pour n'être jamais employé jusque là et porteur de communication : Poblenu, une présumée sans faille *cité digitale – digital city* (Yigitcanlar, Velibeyoglu, Baum, 2008 : 141). Physiquement, intentionnellement et de manière symbolique, ce projet se lit dans le POS où les urbanistes font passer la zone 22A de Poblenu (Plan Général Métropolitain des années 1954/1976/1980 – A pour zone industrielle) en zone 22@ au début des années 2000 (PGM révisé à de multiples reprises depuis – @ pour zone de la nouvelle  conomie). Le A devenant @ pour marquer le remplacement de l'emprise au sol par l'industrie de la connaissance et du numérique. Ici, l'axiome intellectuel joue beaucoup dans la conceptualisation du futur Poblenu. Il comprend la symbolique de rappeler que le 2 et le @ sur le clavier espagnol sont sur la même touche comme pour signifier une superposition/surimpression. Les acteurs publics du projet pensent la nouvelle économie urbaine comme une alliance de nature entre la technique et l' conomie (Walliser, 2000) avec néanmoins une tendance à la surm diatisation et surestimation du pouvoir de la *techn * au détriment des individus qui font société. Dès lors, c'est à partir de l'ilot Cerd  que l'on doit réaménager, remodeler, réaffecter et dissocier le quartier du reste de la ville. En conséquence, des sources de confrontations entre les différents acteurs en présence sont possibles. Les formes d'incorporation des projets dans l'ilot sont démultipliées dans une volonté de rompre en partie la monotonie du tracé Cerd . Entre 2002 et 2004, au moment de la construction de la Tour Agbar, une autre architecture symbolique est critiqu e, celle des gratte-ciel de l'opération Forum (Ballester, 2007), du triangle bleu - Palais des congrès - d'Herzog et De Meuron ou des complexes immobiliers à forte valeur ajoutée comme sur la Diagonale (Borja, 2004). Dans un contexte de spéculation immobilière de très grande ampleur, le condominium de type européen Diagonal Mar est très mal ressenti par la population locale. La logique créative et foncière d'un cluster par une agence municipale affronte la logique d'une population souvent locataire et non propriétaire se faisant de fait critique social des transformations paysagères de leur quartier. Les acteurs municipaux de gauche, majoritaire au conseil municipal pendant plus de 20 ans, la Chambre de Commerce et de l'Industrie ainsi que l'entité de gouvernance du District de l'innovation 22 arroba s.a.u. recherchent la publicité à partir d'une réalisation architecturale entraînant un surplus des regards tout en indiquant un changement de fonction des lieux pour une *Barcelone Activa*⁷. Désormais, des décompositions, apparitions, disparitions, construction de lieu de vie et d'entreprises se localisent   Poblenu, phénomène classique dans le monde occidental. Un processus de gentrification se perçoit dans les friches urbaines hautement spéculatives au plan foncier. Généralement, les premiers accèdent aux terrains et chassent les studios d'artistes ou classe populaire pour voir réapparaître ensuite de nouveaux habitants et fonctions urbaines revalorisées. Dans un contexte de revendication exacerbée et de critique d'une politique de régénération urbaine (Capel, 2005), la réalisation et réception de la Tour Agbar risque d'être dès le départ sujet à controverse et d'acquérir une image négative sur la décennie 2000.

⁷< <http://www.barcelonactiva.cat/barcelonactiva/cat/>> au 01/02/2012. Site officiel de l'incubateur barcelonais.

Néanmoins, les manifestations des habitants n'ont curieusement pas pris comme emblème la Tour Agbar mais les immeubles de l'opération Forum et le complexe Diagonal Mar dont le slogan et logo même du 22@ ou le logo de la manifestation internationale du Forum Universel des Cultures 2004 détournés par des banderoles de manifestation ou bandeaux sur des balcons (Ballester, 2012) avec comme thème principal la spéculation immobilière et ses conséquences. Achevée en 2005, la tour Agbar fait aujourd'hui partie intégrante du panorama barcelonais et de l'imaginaire catalan, ceci, même avant son achèvement, ce qui est un des rares cas au monde et s'expliquent aussi par son positionnement tout proche du rond-point des Gloires catalanes et de la plus grande et longue avenue d'Espagne, la Diagonal (illustration n°1). La célèbre phrase de Frank Winfield Woolworth prononcée en 1911 « *Je ne veux pas d'un simple immeuble mais d'un édifice qui embellira la ville.* » rappelle l'importance que les concepteurs accordent à ces géants de fer et de verre. Le gratte-ciel aurait pu pourtant tomber aux mains des détracteurs du projet dans leur rhétorique contre le 22@. Or, cela ne s'est pas totalement produit. La raison en est peut-être dû aux caractéristiques propres du projet de l'architecte français dont la symbolique de l'œuvre se rattache à la culture catalane sans toutefois omettre une forme de polémique sur son apparence première, controverse mettant en arrière plan son importance au niveau de sa localisation et acte de régénération urbaine. Son aspect phallique et ses surnoms dépassent entre 2004/2007 la polémique sur son utilité et changement de régime foncier du quartier pour une partie des habitants, le plus souvent voisin de Poblenou, à ce titre des arguments plus futiles cachent l'argument le plus important sur le long terme pour le quartier. D'ailleurs, cette réalisation n'est pas sans rapport avec la philosophie de l'architecte. Jean Nouvel prône une architecture en dialogue constant avec son environnement géographique, culturel et urbain (Nouvel, 2004).

[Ici illustration n°1 Une tour repère pour le quartier de Poblenou]

Chaque projet de l'architecte français en devient différent et correspond à une vision bien particulière du contexte. A ce titre, la tour Agbar, du haut de ses 142 mètres symbolise le renouveau d'une ville en constant essor et en dialogue avec un héritage architectural très riche. Cette référence à l'histoire patrimoniale est indéniablement marquée par l'œuvre organique de Gaudí à Barcelone. La tour fait également référence à Montserrat et à ses formations géologiques en pain de sucre⁸. Le jeu habile de la matière et de la lumière est renforcé la nuit par un éclairage Led qui transfigure la tour et la transforme en un phare par des animations nocturnes visible depuis Montjuich ou le Mont Tibidabo. L'effet recherché par l'architecte est celui d'un geyser émanant (peut-être) de la terre volcanique pour atteindre le ciel bleu de Barcelone. C'est d'ailleurs pour cette raison que la tour émerge d'une fosse d'eau artificielle entourée d'un petit jardin d'asphalte et de verdure qui aiguisé le paysage (Permanyer, 2007). Avec ces 142 mètres⁹, l'édifice devient le troisième gratte-ciel le plus haut de Barcelone après la Tour Mapfre et l'hôtel Arts du port Olympique et le septième d'Espagne. Sa capacité et ses dimensions sont nouvelles pour Barcelone¹⁰.

⁸<<http://www.torreagbar.com/home.asp>> au 01/02/12. La tour est immanquablement une alliance, déformation mimétisme avec la nature. Une tour aux influences nombreuses qui surgit, montrant des reflets de l'eau au couleur de la Mer Méditerranée. La représentation et évocation de la tour sur le site officiel Internet évoque une résonance dans les vagues venant s'échouer sur les rivages de Poblenou ou par le bruit du geyser qui revient à période régulière dans la musique d'ambiance du site.

⁹Hauteur officielle lors des travaux mais avec des mesures différentes 144 m ou 145 m du dernier étage ou coupole. <<http://www.emporis.com/en/wm/bu/?id=100200>> au 01/02/12. Dimension de la tour.

¹⁰Pour 34 étages, d'une superficie de 51 483 m² comportant 8 ascenseurs pour un coût de 132 millions d'euros. 30000 m² de bureaux, 3210 m² pour les services techniques et 8351 m² dédiés à des fonctions diverses, avec notamment un auditorium et des parkings. L'ensemble pour une superficie totale de 50693 m² avec une collaboration du groupe b720 Fermin Vazquez Arquitectos, architectes locaux.

Depuis la fin de sa construction en juin 2005, les 600 employés d'Agua de Barcelona (groupe Agbar) occupent l'édifice et disposent d'un auditoire de 350 places (Pavarini, 2001). La compagnie loue la Tour pour 20 ans, renouvelable sur dix ans avec la possibilité d'acheter au groupe immobilier Layetana le gratte-ciel. Pour comprendre l'extérieur de l'édifice, il faut se pencher sur son intérieur. Il s'agit de deux cylindres superposés. Celui de l'intérieur consiste en l'immeuble proprement dit accueillant les 32 étages sans colonnes et totalement diaphanes, recouvert au sommet d'une coupole transparente. D'autre part, le cylindre extérieur constitue la peau du gratte-ciel, formé de 4.400 fenêtres et de 59.619 lames de verre, disposées de façon à capter la lumière solaire à chaque étage. Certaines sont claires, d'autres opaques et s'illuminent une fois la nuit tombée passant du rouge vif au bleu intense (García-Ventosa López, Gerardo, 2008). Pour l'architecte français, la tour est bien l'objet d'une localisation spécifique, d'une symbolique spécifique et d'une rupture de la ligne d'horizon par un geysier/terre/pierre/mer¹¹.

«Ce n'est pas une tour, un gratte-ciel au sens américain du terme : c'est une émergence unique au milieu d'une ville plutôt calme. Mais pas une verticale élancée et nerveuse comme les flèches ou les clochers qui généralement ponctuent les villes horizontales. Non, c'est plutôt une masse fluide qui aurait perforé le sol, un geysier à pression permanente et dosée.

La surface de l'édifice évoque l'eau : lisse, continue mais aussi vibrante et transparente puisque la matière se lit en profondeur colorée et incertaine, lumineuse et nuancée. Cette architecture vient de la terre mais n'a pas le poids de la pierre. Même si elle pourrait être un lointain écho de vieilles obsessions formelles catalanes portées par les mystères du vent du côté de Montserrat.

Les incertitudes de la matière et de la lumière font vibrer le campanile d'Agbar dans le skyline de Barcelone. Mirage lointain de jour comme de nuit.

Jalon précis de l'entrée de la nouvelle diagonale depuis la place Las Glorias. L'objet singulier devient un nouveau symbole de la métropole internationale. »

Jean Nouvel, 2005 au moment de l'inauguration.

La tour Agbar se superpose à cette histoire de revendications sociales et ouvrières en proposant une nouvelle chronique à partir d'acteurs publics et privés dirigeant la conceptualisation et édification d'une tour-campanile : un campanile contemporain ne disposant pas de cloche mais plutôt d'une parure de Led intégrant la rivalité entre ville non pas de la Renaissance mais des métropoles mondiales (Chaslin, 2008). Il s'agit bien d'un élément à part entière dont il est question ne dépendant pas d'un édifice subalterne mais plutôt proposant à d'autres éléments de s'agréger à celle-ci comme pour un campanile des villes italiennes de la pré-renaissance. La tour devient un symbole de la reconquête urbaine en répondant aux choix stratégiques de marketing urbain provenant de la mairie de Barcelone pour lancer le projet 22@. Le cluster comporte cinq branches de spécialisation devant permettre à la fois croissance économique et requalification urbaine en se fixant comme objectif de se spécialiser dans les entreprises de design, de la création graphique, du multimédia et des TIC médical (Mairie de Barcelone, 2000, Oliva, 2003). C'est l'une des subdivisions du quartier de Poblenou « *El Parc i la Llacuna* » jouxtant le rond-point des Gloires Catalanes qui accueille la tour. Cette réalisation s'incorpore dans un substrat historique complexe et intense au plan des représentations produites sur ce quartier symbole de la Révolution Industrielle. À ce titre, elle répond à une demande sociale et économique du quartier en devenant un résumé du district de l'innovation par 5 points. Elle concorde dans un premier temps à la demande de nouvelle centralité et donc comme marqueur de celle-ci. Une centralité non pas du quartier mais du nord de la capitale catalane avec sa proximité au rond-point des Gloires Catalanes. De plus, la tour est visible depuis le périphérique et les deux pénétrantes à partir de l'axe Nord-Sud (1).

¹¹ <<http://www.jeannouvel.fr/francais/preloader.html>> au 01/02/12. Site officiel de Jean Nouvel.

Dans un deuxième temps, elle se veut comme la première œuvre architecturale devant lancer le cluster Media-Tic (Tv, communication, image, son, Internet) par un processus cumulatif de concentration et d'ambition par le mimétisme ou rapprochement d'entreprise qui voudront avoir comme voisin la tour de Jean Nouvel (2). La flexibilité et durabilité est aussi recherchée à partir de cette tour en permettant une concentration des services administratifs de la société de gestion des eaux tout en proposant la location de bureaux ou visites touristiques dans un environnement technologique de qualité et donc adaptatif (3). Quant à l'innovation, elle est présente dans ses parois s'illuminant la nuit tout en disposant d'un système de régulation thermique écologique avancé. Des capteurs de température placés à l'extérieur du gratte-ciel permettent d'agir sur l'ouverture ou la fermeture des fenêtres réduisant la consommation d'énergie du dispositif d'air conditionné (4). Enfin, la tour s'éclaire différemment lors des équinoxes ou d'événements, happenings urbains ou mondiaux. Son « baptême » a eu lieu au moment de l'équinoxe d'automne. Elle est donc une interface graphique et numérique permettant la médiation et réception entre la population, le message, les couleurs et l'objet architectural (Sanson, 2007). La *Torre Agbar* est inaugurée officiellement par la famille royale d'Espagne le 16 septembre 20, prouvant l'importance de l'édifice pour la ville, la région et le pays (5)¹². Dans sa forme, fond, apparence, composition et concordance à la réalité du nouveau quartier, l'œuvre de Jean Nouvel existe autrement que par le simple édifice fonctionnel, il irradie tout un quartier de par sa capacité à résumer à lui seul la nouvelle ambition d'un territoire triplement symbolique dans sa décomposition pour ses habitants, ses nouvelles entreprises et les acteurs publics dans la création d'une nouvelle image de la ville à la fois par les représentations privées et publiques du gratte-ciel forgeant un sentiment commun voire une mémoire collective (Di Méo, 2006 : 5). Cet espace historique, symbolique, aux aménités fortes, dispose d'une valeur foncière indéniable, se voyant confier une œuvre architecturale ayant comme mission de résumer un passé et projeter l'avenir. Qu'en est-il de sa force d'évocation impliquant le fait de la caractériser comme une architecture symbolique ?

2. De la construction d'une architecture symbolique : étapes et système de représentation dans la société catalane

La tour de Jean Nouvel fonctionne comme un nouveau référent identitaire à travers son passage progressif dans les représentations nombreuses et variées artistiques, ludiques et commerciales (2.1). En fait, les acteurs publics sont surpris du succès de la tour et conçoivent celle-ci comme un élément d'identification de la ville à l'étranger pour leur propagande économique ainsi que touristique (2.2). Son incorporation dans la silhouette de la ville permet à la tour d'être à la fois à la fois singulière mais aussi parti prenante d'une mythologie urbaine de part la question de sa reconnaissance patrimoniale (2.3).

2.1 De l'incorporation d'un gratte-ciel dans les référents identitaires barcelonais, entre combinaison et manipulation

Dans un premier temps, on observe des réflexes de localisation approximative basée sur l'importance du monument aux yeux des investisseurs. Il n'existe aucune Deutsche Bank proche de la Tour Agbar mais il est important de situer le réseau des Deutsche Bank de Barcelone à l'échelle de la municipalité sur une carte schématique avec au niveau du rond-point des Gloires Catalanes la présence de la Tour Agbar en rajoutant un surplus de modernité et d'innovation de par sa couverture métallique bien distincte des autres monuments en présence dans une publicité de 2004 sur un magazine gratuit de la presse catalane.

¹²<<http://www.elmundo.es/elmundo/2005/09/16/cultura/1126858017.html>> au 01/02/12. Site du journal, El Mundo. «Ambiance festive à l'inauguration de la tour Agbar».

Néanmoins, la tour peut s'échapper du monde urbain et se positionner comme élément ludique dans la ressemblance à une pratique sportive élitiste, le nouveau golf de Barcelone, en devenant point de repère de l'espace sportif grâce à un jeu des ressemblances voulant faire de la tour le petit drapeau marquant le trou. Au contraire, elle reprend tout naturellement sa place au sein de la ville pour marquer une opposition, complémentarité et jeux des ressemblances avec la Sagrada Familia. Elle est considérée comme une petite sœur en arrière-plan d'une carte postale de 2011 de la compagnie Triangle Postal voulant signaler une certaine évolution du paysage urbain barcelonais dans une progéniture-descendance contemporaine. D'autres illustrations sont présentes, elles se rapprochent du « *joke* » ou cartes fantaisistes avec ou sans message. La première consiste dans une image détournée de la tour illustrant une tentative de recomposition de l'œuvre à des fins tout autre que la réalité comme le fait de faire du gratte-ciel un missile ou de transposer dans un autre espace la tour Agbar comme à Villaviciosa del Odon¹³ pour mieux souligner l'importance de la spéculation immobilière autour de Madrid. L'œuvre est présente abondamment dans les cartes postales de la ville de Barcelone dès son inauguration et à grand renfort de renouvellement des collections. Sur les quatre grandes entreprises de cartes postales de Barcelone, trois des dix plus vendues portent une image du gratte-ciel. La tour s'inscrit durablement dans les représentations des habitants, des visiteurs ou acteurs commerciaux de la ville comme dans le clip *Loca People* de Sak Noel diffusé à l'échelle mondiale où les deux marcheurs des Ramblas s'arrêtent à un kiosque et se voient proposer trois cartes postales sur Barcelone. La tour Agbar fait l'objet d'une comparaison avec deux autres œuvres de Gaudí : la Sagrada Familia et Casa Batlló¹⁴. Les photographes professionnels et chefs d'entreprises produisent des nouvelles cartes comme la collection 2007 d'Escut d'Or. La simplification d'une ville à ces quelques monuments phares permet dans certaines cartes postales de souligner le poids important de la tour Agbar comme monument représentatif de la ville. La tour est alors l'un des rares éléments contemporains à côté des églises et maisons de Gaudí datant de plus de 100 ans (illustration n°2). Les cartes mosaïques de Barcelone voient l'empreinte de la tour Agbar se répéter et tenir une place quasi identique à la Sagrada Familia.

[Ici, illustration n°2 : Carte postale mosaïque de Barcelone, Avec l'aimable autorisation d'Escut d'Or]

Pourtant, entre élégance, vulgarité et reconnaissance du grand public, la tour se retrouve à la fois sur des clips de musique « *dance* » véhiculant une image mondiale du gratte-ciel avec un vocabulaire faisant référence à la forme phallique ou bien dans la promotion de la Roca Village, *outlet village* de luxe répandue en Europe, avec une tour Agbar habillée par une jupe de haute-couture.

¹³ <http://victormontes.es/tag/disenovillaviciosa/> au 01/02/12. Relocalisation de la tour.

¹⁴ <<http://www.saknoel.com/>> et <<http://www.saknoel.com/videos>> au 01/07/11 Site officiel de Sak Noel ; http://www.dailymotion.com/video/xi8k8m_sak-noel-loca-people-official-video_music au 01/02/12. Clip et site officiel de Sak Noel Loca People. <<http://www.lavanguardia.com/cultura/20110217/54115867045/unacancion-sobre-el-turismo-de-borrachera-en-barcelona-triunfa-en-la-red.html>> au 01/02/12: «*Son créateur, Sak Noel (Girona, 1983) se montre convaincu que l'ironie ne doit pas fournir de confusion à l'extérieur ou au sein de la Catalogne, parce que les «images ont cet air de bande dessinée, avec les sous-titres et les boîtes de dialogue, qui montre que c'est une parodie à l'encontre des excuses classiques pour le tourisme d'ivresse. [...] Faire une parodie, c'est courir le risque de ne pas être sérieux ou être offensant, mais attention, de manière fugace. [...] C'est une chanson pour danser et s'amuser, tout simplement*» Entre détournement et esprit comique l'auteur de la chanson se défend et rappelle sa critique d'un tourisme de masse, d'ivresse - *turismo de borrachera* - peu enclin à la recherche de l'authenticité de la ville.

<<http://www.lavanguardia.com/musica/2011025/54235800089/sak-noel-no-me-he-inventado-elturismo-de-borrachera-solo-le-he-dado-un-aire-comico.html>> au 01/02/12.

L'œuvre, son interprétation et ses détournements tend à acquérir une autonomie dans la production de ses représentations par des acteurs multiples et s'impose comme substrat d'imagination fécondes et diverses. Au-delà de son architecture symbolique pour le 22@, elle s'émancipe de son « *premier et deuxième rôle de composition* » de départ : innovation et économie urbaine. Il en est de même des acteurs semi-public de la région métropolitaine avec la fin de l'annonce du journal de la matinée pour la Barcelona TV proposant un plan d'horizon lointain sur la ville au petit jour avec la Tour Agbar au premier plan. De même, pour la série documentaire de ladite chaîne de télévision intitulée « *Icône de la nouvelle architecture de Barcelone* », la Tour Agbar est au milieu de l'affiche. Quant aux investisseurs privés comme publics, ils se servent des formes de la tour pour l'incorporer dans les publicités ventant d'autres ouvrages d'architecture, c'est le cas pour le nouveau marché de Poblenou avec en arrière fond la tour Agbar en blanc. Les exemples sont aussi très nombreux pour jeunes architectes ou promoteurs immobiliers de présenter lors de concours des projets et maquettes du gratte-ciel en arrière fond comme symbole de localisation, d'orientation et de puissance d'un projet localisé dans le 22@. Quant au bus touristique officiel de Barcelone, ils véhiculent une image quotidienne de la Tour Agbar à travers les rues les plus commerçantes et touristiques de la capitale catalane à partir de sa présence en dessin géant sur les deux flancs du bus avec le monument à Colomb, la Rambla del Mar et la Sagrada Familia. Il reste l'intérieur des chambres et des salons des Barcelonais disposant de la possibilité d'utiliser des papiers peints trace-forme incorporant la nouvelle silhouette de la ville avec la tour Agbar souvent au centre¹⁵. La vente de tableaux reproduits à l'échelle commerciale se retrouve dans les Ikea ou dans des boutiques branchées de Barcelone reproduisant le nouveau *skyline*. En outre, les peintures sur la tour de Jean Nouvel commencent à être un grand classique des jeunes artistes catalans exposants leurs premières œuvres tout comme leur capacité à reproduire sans le savoir les mêmes couleurs dominantes de la tour, bleu et rouge, couleur reprises dans les magnets et les logo des T-shirt de la ville non officiels¹⁶. La dernière figure de style de l'utilisation de la tour Agbar réside dans le fait de s'en servir comme point de repère avec le rond-point des Gloires catalanes pour les trajets automobiles avec pour destination le nouveau Novotel ou Ibis de Poblenou. La publicité de l'hôtel Ibis 2010 renforce l'évocation de la tour et son importance pour le quartier en donnant une forme démesurée à celle-ci. L'œuvre échappe à ses concepteurs et devient objet de recherche et d'innovation comme dans des univers de type cyberpunk invitant à la contremanifestation ou organisation d'une Festa Major non officielle du quartier de Poblenou par des mouvements de squatteurs ou associations syndicales et/ou révolutionnaires en 2009 (illustration n°3). L'expérience visuelle est somme toute réussie et futuriste comme dans d'autres exemples numériques provenant des amateurs de jeux sur console retranscrivant leur aventure dans la ville de Barcelone¹⁷.

¹⁵Divers exemples de reproduction de la tour de Jean Nouvel comme élément d'une peinture de *skyline* ou principal objet de la peinture : <http://galeria.todocadros.com/exposicion/oleos/torre_agbar_barcelona-3/> au 01/02/12. Galerie d'art Virtuelle. <<http://www.artjeeca.com/listado-Ciudades.html>> au 01/02/12. Galerie d'art virtuelle. <<http://www.artelista.com/obra/2166949931827330-skylinebarcelona4.html>> au 01/02/12. Peinture. <<http://www.artelista.com/obra/8619982524287740-skylinebarcelona.html>> au 01/02/12. Peinture. <<http://www.cuadrosartdecor.com/cuadros/detalle/barcelona-skyline-color-naranja>> au 01/02/12. Peinture. <<http://lagalvez.qapacity.com/imagenes/29482/torre-agbar/>> au 01/02/12. Peinture. <<http://bcnretailab.com/>> et <<http://us.fotolia.com/id/36558319>> au 01/02/12. Peinture. <http://www.proyectovinilo.com/ficha.php?id_prod=401&id=&idcat=9> au 01/02/12. Peinture industrielle. <http://www.vinylucus.com/epages/62427533.sf/es_ES/?ObjectPath=/Shops/62427533/Products/TxV1/SubProducts/txv1-0001> au 01/02/12. Exemple de papier peint.

¹⁶<<http://www.spreadshirt.es/camisetas-C4408A16524375>> au 01/02/12. Marque de t-shirt.

¹⁷<<http://www.vadejuegos.com/fotos/2011/07/08/barcelona-en-el-punto-de-mira-gears-of-war-3-003811-8.html>> au 01/02/12. Détournement de la tour pour une parodie de jeux vidéo ambiance cyberpunk.

[Ici, illustration n°3 : Invitation à la Festa Major alternative de 2009]

2.2 De la manipulation programmée par les acteurs publics catalans

Cette première évocation de la déclinaison de l'œuvre de Jean Nouvel à pour but de montrer que la tour s'insère dans des référents identitaires de localisation et d'identification d'une ville incluant un renouvellement des images et de sa modernité à travers un gratte-ciel. Cette appropriation s'est inmanquablement opérée à partir de la forme et de la capacité de l'œuvre à se fondre dans des univers forts différents et sphères d'habitants ou d'entreprises parfois en opposition frontales. Pourtant, il reste à la replacer dans le contexte chronologique des décisions des acteurs économiques, touristiques et culturels de la capitale catalane. Les autorités catalanes par l'intermédiaire de la Généralité ont voulu proposer dès le départ pour cette œuvre une fonction de *bâtiment symbolique, image source répétitive* par une série de déclinaison pour leurs campagnes publicitaires débutées en 2004/2005. Dans les premiers temps de la campagne de promotion du 22@, la tour est l'objet principal de la mise en perspective auprès des investisseurs étrangers d'un espace de la mondialisation. Les affiches publicitaires proposent généralement une vue sur le quartier avec l'image de la tour comme annonciatrice d'un nouveau destin pour Poblenou et la tentative de corrélation entre Barcelone=innovation= tour Agbar (parfois la future gare de Sagrera= Poblenou. Pour l'agence de promotion auprès des IDE, la tour devient symbole du renouveau économique du quartier et de la nouvelle donne foncière par l'apparition d'un gratte-ciel (illustration n°4). Les responsables du tourisme et du patrimoine de la Généralité demandèrent en 2008 via un sondage interne auprès des décideurs et responsables socio-économique et touristique de la région d'identifier les monuments emblématiques de la région : la tour Agbar arrive au troisième rang sur plus de 1500 réponses¹⁸. Depuis 2004, la Généralité l'impose sur son prospectus touristique au tirage de plus d'un million d'exemplaires dans sept langues comportant : la tour Agbar avec le Christ roman, le Barça et la fête du feu. Quant au recensement général des œuvres patrimoniales d'intérêt en Catalogne, la première page Internet du site impose la figure de la tour comme référence contemporaine au génie catalan¹⁹. Les efforts sont aussi fait pour guider le touriste avec en 2009, le plan officiel de Barcelone vendu par l'agence du tourisme de la ville comportant comme seul élément de couverture le gratte-ciel ainsi que l'itinéraire touristique de l'opération Internet « Fan de Barcelone »²⁰ quant aux responsables du pavillon barcelonais de l'exposition universelle de Shanghai 2010, ils imposèrent l'image de la tour et du quartier 22@ comme scénographie principale de leur espace de promotion²¹.

¹⁸<http://www.iec.cat/butlleti/pdf/123_butlleti_recullicones.pdf> au 01/02/12. Signature de la convention icône catalane et revue de presse. A noter que le coût de la demande d'enquête auprès des décideurs socio-économiques fut critiqué.

¹⁹<<http://www20.gencat.cat/portal/site/Patrimoni/menuitem.a953ae2225e3a5cd3f6c8910b0c0e1a0/?vgnextoid=e9304bd82cd50110VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=e9304bd82cd50110VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD>> au 01/02/12. La tour Agbar mis au premier plan des enquêtes de recensement sur le patrimoine de la Catalogne.

²⁰<<http://www.fansdecatalunya.com/es/experiencias/experienciasrincon?id=1333>> au 01/02/12. La tour comme expérience touristique.

<http://www.barcelonaturisme.com/TorreAgbar/_3Ngb8YjSpL3U56ScBHOWcxpDev_Vr2xeoG0vkRFelcZ5g hXdm7d5rI_VR--7mru> au 01/02/12. La tour et son environnement proposé aux visiteurs de Barcelone. Site officiel de l'office du tourisme de Barcelone.

²¹< <http://www.bie-paris.org/site/fr/shanghai-2010/upba/157-barcelona-spain.html>> au 01/02/12. Site du BIE.

De multiples images reprennent donc les formes de ce gratte-ciel mais de plus en plus des vidéos comme celle de l'Office du Tourisme d'Espagne et sa nouvelle campagne lancée en 2009, «*Necessito*» où le spot numéro 4 pour l'Asie représente un couple à Barcelone à la découverte de l'œuvre de Gaudí et de la nouvelle ville grâce à la tour Agbar et son inspiration avec la Sagrada Familia (illustration n°4)²².

[Ici, illustration n°4 : Publicité de la Barcelona Activa/22@ et Image du spot publicitaire *Necessito* España. 2008/2011.]

2.3 De son incorporation dans la silhouette de la ville : une tour singulière ?

Concernant Barcelone et l'incorporation de la tour Agbar dans son skyline ou différents panoramas de la ville, certaines métropoles disposent plus que d'autres d'une capacité à résumer leur silhouette, leur ouverture architecturale à l'horizon à partir d'aménités géographiques évidentes (Sanson, 2010). Des villes comme Los Angeles, Rio de Janeiro et Barcelone en relèvent. Il s'agit pour ces trois villes de trois ports et de la technique ô combien importante de représenter la ville depuis la mer ou depuis les hauteurs comme source d'identité et de puissance (Fournier, 2005). Le premier reportage cinématographique en 1898 par des employés des frères Lumière se réalise à partir de l'entrée dans le port de la ville vers le monument à Colomb pour Barcelone²³. L'interface maritime est primordiale pour comprendre la superposition des bâtiments, certes, quelques photomontages ou panoramas sont réalisés depuis les hauteurs de ces villes mais généralement se sont des prises de vue à vol d'oiseau à partir de la mer qui composent une grande partie des clichés de la ville de Barcelone comme une réminiscence de ce que doit la ville à la *Mare Nostrum*. Une des particularités de la ville de Barcelone est d'offrir dans l'ensemble des prospectus officiels ou non des vues générales de la ville, des skylines ou une «silhouette de la ville», comme le précise d'ailleurs le site Internet officiel de la tour Agbar incorporant dans l'une de ses pages web une classification et déroulement des principaux édifices architecturaux emblématique de la ville. Le fait est que l'eixample (en catalan) ou ensanche (en castillan), offre à la vue des îlots d'habitation uniformes hormis aux limites de la ville et sur la Diagonal (années 1950/1070) permettant actuellement de voir apparaître des éléments rompant la monotonie du paysage urbain à cause de la fin des limitations réglementaires sur la hauteur des gratte-ciel à Poblenou. Les îlots de Cerdà font nécessairement ressortir les éléments les plus hauts et les plus emblématiques de la ville dans le secteur de Poblenou. Actuellement, les tours du port olympique, la tour Agbar et le secteur du Forum sont facilement identifiables à partir de la côte et des montagnes environnantes. A chaque nouvel élément de construction, des journaux locaux comme *Avui* peuvent introduire une nouvelle architecture symbolique de Barcelone avec dans ce cas précis du journal catalan une mise en avant du monument avec son enveloppe métallique et de verre (Illustration n°5). La tour Agbar s'insère parfaitement au reste des monuments rompant la monotonie de l'Eixample tout en renforçant l'image véhiculée par l'office du tourisme. La ville et région de Catalogne jouent aussi sur les similitudes entre tour Agbar et Montserrat tout en permettant au message de donner une force supplémentaire d'authenticité et de similitude avec la force de la nature ou une montagne sacrée pour tous ses habitants²⁴.

²²<<http://www.rtve.es/noticias/20100304/need-spain-nueva-imagen-espana-extranjero/322150.shtml>>

<<http://www.youtube.com/watch?v=bAzzAetRMrI>> Publicité de «*Necessito España*».

²³Archive Lumière Lyon : Arrivée à *Barcelone*, Frère Lumière ou aide de camps, 1898 (?).

²⁴<<http://www.barcelonactiva.cat/barcelonactiva/en/index.jsp>> au 01/02/12. Publicité de la Barcelona Activa.

Généralement toutes les campagnes municipales d'information des ouvrages publics du secteur de l'urbanisme, des travaux olympiques des années 1980 et 1990 et même du temps des expositions universelles de 1888 et 1929 se justifient par une vision d'ensemble de la ville et de ses monuments à partir d'un panorama reconstitué, idéalisé et donc manipulateur d'une certaine vision de la ville ou de sa ville...

[Ici, illustration n°5 : Incorporation de la Torre Agbar dans la silhouette de la ville, Avui et OTB, 2009 et 2011]
Campagne publicitaire, Barcelone en progrès, 2004, Mairie de Barcelone.

L'importance de la manipulation de ce panorama reconstitué et l'incorporation parfois en désordre de prises de vue laissent à penser que le marketing du projet urbain barcelonais marche par imposition de grande réalisation architecturale souvent en lien avec les interfaces naturelles de la ville pour asseoir une politique de prestige de grands travaux. La tour Agbar en procède à partir du rond-point des gloires Catalanes où les autres monuments s'additionnent et se complètent mutuellement dans le pouvoir d'évocation et les imaginaires des visites comme par exemple des trajets touristiques en hélicoptère vantant les vues exceptionnelles et les monuments clés de la cité. La capitale catalane assume une vision de ville en progrès, voire progressiste par l'architecture symbolique tout au long de ses trois dernières décennies comme pour l'illustration de la campagne publicitaire «*Barcelona en progress*» donnant en 2004 l'idée de ce que pourrait être la future Diagonal (Illustration n°5). Enfin, c'est à partir de la mer que se construit la vision de la ville comme une mise en ligne, une reconfiguration de la ville et de ses représentations à des fins de mise en ordre d'une société ou d'une capitale pour magnifier la puissance de l'action publique et du système d'évocation de la Barcelone contemporaine post Jeux Olympiques de 1992²⁵. La tour Agbar ressort parfois de ces plus de 50 compilations de silhouette de ville que l'on a pu recenser tout en se maintenant à une hauteur égale des autres monuments pour permettre une meilleure lisibilité de l'ensemble. En ce sens, la tour intègre le classement des œuvres incontournables de la ville faisant partie de son imaginaire et de ses références architecturales et surtout touristiques. Il reste que le site internet officiel de la tour Agbar impose à son tour cette image de complémentarité à la silhouette de la ville en imposant une vision de l'œuvre comme élément supplémentaire participative à l'histoire de la ville (Ferrás, 1990).

3. Usages et mésusages d'une tour : vers la constitution d'une mémoire collective, symbolique et méditerranéenne ?

Début 2012, la tour Agbar de Jean Nouvel a finalement atteint son objectif : rentrer dans la mémoire et imaginaire collectif d'une capitale régionale européenne mondialement connue au plan touristique. Elle s'est rapidement convertie dans une icône architecturale en changeant fondamentalement le panorama de la ville tout en évoluant dans le jeu complexe des représentations²⁶. Elle s'est émancipée pour des raisons techniques (3.1), des débats autour de sa forme (3.2) et sa capacité à provoquer l'émulation entre architectes (3.3).

²⁵Le phénomène est ancien et prend sa source en partie avec les expositions universelles et internationales de 1888 et 1929. Les premiers panoramas et image/iconographie de la ville datent de l'époque moderne et proposent souvent un horizon lointain sur Montserrat, horizon imaginaire et non vérifiable dans la réalité de la vue.

²⁶<http://www.elcultural.es/version_papel/ARTE/12816/De_la_Torre_Agbar_al_cielo> au 01/02/12. Publié le 29 septembre 2005. Barcelone et son panorama.

3.1 Son et lumière pour une cité digitale

Que se soit à partir des concours ou classement nombreux dans la presse comme l'une des meilleures architectures du début du XXI^e siècle²⁷ ou la reconnaissance de la qualité écologique du bâtiment, on retient sa capacité interactive avec le public et les regards que les habitants portent sur la tour dans une relation ambiguë entre citoyens, visiteurs et propriétaire que l'œuvre prend tout son sens. L'audace réside dans la capacité d'une tour à projeter une image supplémentaire de par sa couverture Led faisant écho à une sorte de propagande entrepreneuriale souvent à but humanitaire ou de santé publique par les acteurs de la compagnie des eaux²⁸. La publicité et dimension interactive de l'œuvre est à souligner par bon nombre de critique d'art et de design à travers le monde montrant que l'œuvre intrigue et apporte une réflexion supplémentaire au concept de ville digitale par justement une façade multimédia (Pisonero, Anrubia, 2010). Si la débauche d'énergie, l'empreinte carbone et le coût de sa rénovation sur le long terme n'est pas directement rappelé (Paquot, 2008), le fait de proposer une façade visible depuis de multiple endroit de la cité catalane, à la pénombre ou de nuit, permet de voir différemment l'appareillage Led dans le cadre d'une interactivité complémentaire et arbitraire dépendant du mouvement des gens dans la rue, de l'ouverture de sa fenêtre et du temps. Des similitudes sont présentes avec la Tour Odéon de Monaco dont les scintillements répondent encore une fois aux flots des vagues de la mer toute proche²⁹. Les journées mondiales de lutte contre le cancer du sein, de l'autisme ou d'autres associations médicales ou caritatives trouvent un relais dans la tour s'habillant des couleurs de la manifestation³⁰. Enfin, les critiques contre le transfert des eaux de l'Èbre vers la Catalogne se retrouvent par des manifestations et des banderoles reprenant l'édifice comme symbole de la compagnie des eaux (illustration n°6). L'association positive ou négative est donc possible mais renforce une vocation de l'édifice à être une architecture symbolique.

[Ici Illustrations n° 6 : La Tour Agbar comme support associatif : journée de l'autisme et de lutte contre le cancer du sein. Contre la Tour Agbar et le transfert des eaux de l'Èbre, 2007.]

3.2 De la critique constructive à la critique régressive

Il faut reconnaître que dès sa construction, la tour intrigue et amène des expositions comme celle de l'université Diego Portales « *Jean Nouvel en Barcelona : La torre Agbar* ». Son importance par la rupture de la ligne d'horizon vers la mer impose des explications et de nombreux commentaires. Les critiques de la tour reviennent sur sa forme et utilité pour Barcelone tout en l'associant parfois à la spéculation immobilière et au projet Forum 2004. Le terme de marchandisation de la ville revient souvent³¹.

²⁷<<http://noticias.terra.es/2010/genteycultura/0705/actualidad/arquitectura-siglo-xxi-espana-mejores edificios.aspx>> au 01/02/12. Publié le 5 juillet 2010.

²⁸<http://www.cinco dias.com/articulo/sentidos/iconos-arquitectura-continentes/20080407cdscdicst_1/publicado> au 01/02/12. Publié le 7 avril 2008. Un des nombreux concours.

²⁹<<http://www.odeon.mc/#/home>> Site officiel Internet Tour Odéon.

³⁰ Une tour de couleur rose pour la journée mondiale de lutte contre le cancer du sein, en bleu froid pour la lutte contre l'autisme, en chiffre pour passer les nouvelles années et être diffusé dans le monde entier à travers le canal de *TVE america* par exemple, la tour devient interactive, signal d'un message, d'un symbole pour la ville, les habitants et une cause. <<http://www.agbar.es/es/2276.asp>> + <<http://www.agbar.es/es/2437.html>> + <<http://www.20minutos.es/noticia/1191484/0/edificios-emblematicos/barcelona/cancer-mama/>> au 01/02/12. Dépêches d'agence de presse et du groupe Agbar.

³¹<<http://www.elperiodico.com/es/noticias/barcelona/20090405/futuros-arquitectos-juegan-con-los-iconos-clasicos-bcn/print-8910.shtml>> au 01/02/12. Publié le 5 mars 2009. La vision critique d'étudiant : « *Ce que pensent les étudiants des photomontages critiques n'est pas très différent de l'opinion public qui rappelle une commercialisation excessive de la ville. [...] Nous sommes au point d'inflexion et de la saturation de cette architecture emblématique, » dit Madrazo. « Nous avons assisté à la transformation d'une ville méditerranéenne d'une ville mondiale avec des icônes qui la rend visible. [...] « Cette distance à la transformation de la ville pour les citoyens commence à ce voir comme quelque chose d'étranger et même une certaine animosité ».*

L'un des intellectuels les plus féroce avec l'œuvre de Jean Nouvel est Josep Maria Montaner qui ne trouve quasiment aucune qualité à cette tour et surtout reproche les directions de la mairie de Barcelone en qualifiant en 2011 la période des 15 dernières années comme le pire moment pour la ville³². Même si les avis sont partagés, la tour répond à l'attente des investisseurs et promoteurs du 22@ en permettant une identification précise et sensible entre le 22@ et le gratte-ciel. Lieu symbolique de manifestation par des entrées inopinées de jeunes manifestants pour un habitat digne, point de départ de manifestation sur la Diagonale, passage de manifestation ou du Tour de France 2010, la tour subit parfois sa localisation symbolique et sa capacité à imposer un «rendez-vous au pied de la tour»³³ car elle bénéficie d'une esplanade et ouverture sur la Diagonal pour les défilés ou d'un petit espace public pour skateurs et sortie des écoles toutes proches. Quant à son évocation comme menhir, geysir, suppositoire ou autres objets, elle tend en s'en défaire sur le long terme. On dénombre des figures et allusions à l'aspect phallique de la tour mais non majoritaire contrairement à l'idée reçue. L'architecte rappelle qu'il s'y attendait fort bien mais sans plus de motivation pour en parler tout en répliquant que sur le long terme la tour s'imposera dans les inconscients collectifs à partir de ses influences catalanes³⁴. D'ailleurs les touristes donnent une valeur supplémentaire à cette tour et l'incorpore dans leurs haltes, sorties de métro ou trajet en bus touristique. Le *Barcelona Bus touristic*, *Barcelona City Tour* et *Barcelona Daily smart Tour*, dernière compagnie en date, proposent en 2009 un passage au pied de la tour, quant à la visite du lieu sur réservation ou pas suivant les périodes, son succès ne se dément pas (Illustration n°7)³⁵.

³²<http://elpais.com/diario/2005/01/17/catalunya/1105927642_850215.html> au 01/02/12. Publié le 17 janvier 2005. + <<http://edant.clarin.com/suplementos/arquitectura/2003/05/05/a-554394.htm>> au 01/02/12. Publié le 5 mai 2010. Vision critique d'un intellectuel barcelonais.

³³<<http://www.economista.es/economia/noticias/47407/07/06/Unos-200-empleados-ITV-se-concentran-torre-Agbar-exigir-derechos.html>> au 01/02/12. Publié le 24 juillet 2006. Lieu de rendez-vous de manifestation. <<http://www.rojoynegro.info/articulo/sections/barcelona-jueves-23-octubre-las-13%C2%B410-horas%C2%A0-concentracion-sentada-la-torre-agba-0>> au 01/02/12. Publié le 22 octobre 2008. Le mouvement de lutte pour un habitat digne qui rentre dans la tour (<http://www.viviendadigna.org/>).

³⁴Allusion au grand *supositorio*: *El supositorio de Agbar se eleva a los cielos con rapidez*. Article disponible : <<http://quit.uab.es/pool/files/bin/PAIS%2008012003.pdf>> au 01/02/12. du journal *El país*. <http://elpais.com/diario/2003/01/08/catalunya/1041991640_850215.html> au 01/02/12. Publié le 8 janvier 2003.

Allusion au menhir, missile, geysir, suppositoire et autre aspect phallique :

<<http://www.jano.es/ficheros/sumarios/1/0/1578/122/1v0n1578a13079673pdf001.pdf>> au 01/02/12. Publié en septembre, octobre 2005. <http://desencyclopedia.wikia.com/wiki/Torre_Agbar> au 01/02/12. <<http://es-es.facebook.com/pages/Un-preservativo-gigante-para-recibir-al-Papa-en-Barcelona/153080934729636>> au 01/02/12.

Réponse constructive de Jean Nouvel : Pour le journal *Métro*.

<<http://www.20minutos.es/noticia/92187/0/Torre/Agbar/Nouvel/publicado>> au 01/02/12. Publié le 20 février 2006. «*Bien qu'inspiré de Gaudi et des montagnes de Montserrat pour réaliser la tour Agbar, beaucoup de gens considère comme un symbole phallique. Vous recherchez cette provocation ou est-ce qu'elle vous dérange ? Je ne suis pas surpris de cette confusion. Le pinacle est beaucoup plus polysémique à Barcelone qu'à l'étranger, car ici, cela ressemble à des formes de Gaudí ou Montserrat. Barcelona est une ville méditerranéenne. Pensez-vous que sa silhouette change trop rapidement et est fausser son aspect ? La caractérisation de sa ligne d'horizon se fait progressivement. La majorité des villes accueillent des bâtiments sans personnalité, générique. Je crois que la spécificité pour Barcelone est de se différencier.*»

La *Vanguardia*, 24 octobre 2003, dernière page. «*La Torre Agbar est appelée le suppositoire.*» *Qu'en pensez-tu ?* «*« C'est normal ! Mais je suis sûr que son caractère phallique sera dilué une fois terminé. Ce qui caractérise la tour sera une grande vibration de la lumière. Je suis un amoureux des slogans qui permettent de trouver un autre non. [...] Ma tour est un godemichet avant d'être un suppositoire*»

³⁵<<http://www.barcelonacitytour.cat/fr/nos-circuits/circuit-est/10-torre-agbar/>> au 01/02/12. Nouveau bus touristique de Barcelone. <<http://www.lavanguardia.com/ciudadanos/noticias/20080401/53451123950/la-torre-agbar-ensaya-su-apertura-turistica-durante-los-fines-de-semana.html01/04/2008>> au 01/02/12. Publié le 21 janvier 2009. Ouverture au public de la tour, tourisme de tour.

[Ici, illustration n°7 : La Tour Agbar et les nouveaux trajets touristiques, Daily smart tour, 2009.]

3.3 Entre architecture de signature et recherche d'une identité urbaine

Pour Jean Nouvel, la tour est justement un symbole d'une identité forte à travers les référents de la Catalogne et ses sources d'inspirations et non pas comme le professeur J-M. Montaner un exemple de la mondialisation et uniformisation des architectures. Le débat reste entier mais nous engage à penser qu'une architecture symbolique est née. Depuis trois, quatre ans, l'œuvre échappe aux concepteurs et devient objet d'une mythologie urbaine comme sur les couleurs principales de la tour rappelant pour certains celles du Football Club du Barcelone «*Barça*» alors qu'il n'en est rien. Dans les magazines et ventes privées d'appartements sur Poblenou, nombre de photographies de chambres ou de salon disposent d'un arrière plan sur la tour, les blogs de voyageurs sont légions proposant une vue de la terrasse de leur immeuble lors d'une location d'une semaine avec la tour en arrière-plan³⁶, des parodies de Lego sont réalisées à partir de la tour Agbar avec un brin d'humour³⁷, quant à Alain Robert, le Spiderman français, il grimpe les immeubles les plus emblématiques du monde dont la tour Agbar³⁸. En fait, résumer la symbolique de cette tour par l'intermédiaire de polémiques sur son apparence n'est pas juste ni vérifiable dans le temps, celle-ci s'inscrit immanquablement dans l'identité collective architecturale de la ville, la complète et apporte une interactivité et une identité méditerranéenne certaine. La ressemblance avec la tour anglaise de Foster, Saint Mary Axe, n'est pas totale, ni probante pour caractériser une forme générique de la mondialisation³⁹. Dans ce sens, le service des archives photographiques de Barcelone exposent actuellement un travail sur le thème de "rephotographier Barcelone"⁴⁰. L'exposition montre que les appréciations, les représentations, les jeux de ressemblances et de substitutions de monuments sont multiples, complexes, non uniques et surtout mouvantes dans le temps long. Une tour Agbar apporte un surplus de commentaire par l'ingéniosité de son éclairage et surtout dans sa capacité à montrer que Poblenou est un lieu en devenir⁴¹. Un *Totem et Catastrophe* pour Luis Fernández-Galiano critiquant une architecture pour une culture de masse ou "espace de passage et de transition" pour José Manuel Ballester ayant reçu le prix du meilleur photographe d'architecture en 2012. Un bilan peut intervenir à travers la tour Agbar comme symbole annonciateur d'une nouvelle Barcelone tout en étant une source d'inspiration pour les autres architectes présents à Poblenou. Dès l'approche par les propriétaires et promoteurs immobiliers, l'agence municipale 22@ et les services de l'urbanisme de la municipalité regardent les enjeux patrimoniaux. Ils leur incombent de garder la spécificité de Poblenou dans un mélange entre les bâtiments anciens et nouveaux.

³⁶<<http://queverbarcelona.blogspot.com/2011/09/fin-de-ano-en-barcelona-la-torre-agbar.html>> au 01/02/12. Une tour comme point de rencontre des objectifs des touristes. <<http://www.you-stylish-barcelona-apartments.com/offers/Barcelona-offers-69.html>>+<http://www.tripadvisor.fr/Hotel_Review-g187497-d518349-Reviews-Silken_Diagonal_Barcelona-Barcelona_Catalonia.html> au 01/02/12. Groupe d'hôtel ou de location d'appartement proche de la tour bénéficiant de la vue imprenable ou lointaine.

³⁷<<http://inarell.blogspot.com/2010/05/arquitectura-milagrosa.html>> au 01/02/12. Sur la mythologie urbaine, les influences multiples et couleurs. <<http://www.latenteteca.net/galeria/concurso-dioramas/torre-agbar-barcelona/torre-agbar-barcelona-224>> au 01/02/12. Parodie des Lego et exemple de la tour Agbar.

³⁸<<http://www.adn.es/local/barcelona/20070913/NWS-0262-Spiderman.html>> au 01/02/12. Le spiderman français.

³⁹<<http://www.30stmaryaxe.co.uk/>> au 01/02/12. Le gratte-ciel de Londres.

⁴⁰ <<http://www.elperiodico.cat/ca/noticias/barcelona/refotografiar-barcelona-1378161>> au 01/02/12. Exposition municipale.

⁴¹<<http://arxiufotografic.bcn.cat/es/exposicion-refotografiar-barcelona-amb-mark-klett>> au 01/02/12. Exposition des archives photographiques de Barcelone.

Des parties d'anciennes usines peuvent côtoyer à seulement quelques mètres des immeubles imposants contemporains pour le néo tertiaire. Les exemples de l'université Pompeu Fabre et sa place Gutenberg avec sa grande cheminée, des anciens entrepôts et de l'îlot Can Jaumandreu sont probants, cette dernière réhabilitant l'ossature extérieure de la filature lainière El Vapor de la Llana édifée en 1870 et comprenant depuis un centre moderne de bureau. Pour Barcelone, en quête de compétitivité et d'originalité, il est nécessaire de recréer un esprit du lieu et de l'entretenir en transposant créativité et héritage urbain. À une architecture de signature de type Guggenheim à Bilbao, on rajoute une obligation d'inclure dans le dessin les éléments d'antan de Poblenou. L'Architecture entretient le sentiment de créativité permettant «*la capacité à diffuser le marquage de l'espace à travers divers systèmes de repères symboliques devenant une préoccupation fondamentale de l'aménagement de l'espace.*» (Castells, 2009). La flexibilité du projet le rend cohérent mais en partie. Les premiers résultats montrent un paysage urbain soutenable grâce au pragmatisme catalan et la volonté de dépasser les frontières établies en ce domaine avec une campagne de classement patrimonial d'une centaine de bâtisses et dialogue avec la population (Ballester, 2012, b).

Cinq éléments mettent en avant les changements intervenus à Poblenou à travers une architecture symbolique s'inscrivant dans les référents identitaires catalans. *D'une architecture symbolique à un quartier symbolique.* Une alliance entre le marketing urbain d'une agence municipale d'investissement et la réussite architecturale d'une œuvre à travers sa notoriété au plan mondial procurent à l'œuvre architecturale une fonction d'instrument premier au projet de communication du 22@ à l'échelle nationale et internationale. La tour de Jean Nouvel de par son incongruité, qualité et rupture du panorama de Barcelone impose une redéfinition de l'entre-soi dans son lieu de vie dans le cadre d'une nouvelle lutte sociale/urbaine exprimant une querelle classique entre la volonté de donner une nouvelle chance à ce quartier par la caractérisation d'une image attractive et celle de respecter un mode de vie méditerranéen. Une architecture symbolique est souvent l'émanation d'un espace symbolique. Au plan marketing et communication, l'acteur fort impose la nouvelle image officielle du quartier tout en essayant de jouer avec les différentes luttes urbaines en présences et de trouver des compromis. *Entre compilation, distorsion, et uniformisation des visuelles.* La tour Agbar est présente dans les esprits bien au-delà de son apparence grâce à des surnoms donnés par la population comme pour mieux la personnifier et la rendre identifiable ou en communion avec les mots d'esprits catalans. Des similitudes avec la flèche d'argent pour New-York, le «Cornichon» de Londres ou la râpe à fromage du WTT (Appert, 2009) sont facilement repérables et concevables dans la formation d'imaginaires urbains parfois débridés et toujours en vigueur pour la Tour Agbar. C'est un processus à la fois d'appartenance, de critique et d'échappatoire au quotidien urbain linéaire et ennuyeux. *Tourisme d'affaire, tourisme de niche.* La tour Agbar est alors l'objet de convoitise par les acteurs publics redéfinissant les campagnes touristiques et publicités pour un tourisme de masse et de niche comme les voyages d'études d'architectes de maintes écoles européennes et étrangères. Les compilations de la tour dans les messages touristiques officiels catalans montrent la capacité de cette architecture à intégrer facilement et rapidement les référents visuels d'une culture catalane. Les détournements d'images sont nombreux ainsi que des «joke» urbains. *D'un gratte-ciel au panorama de la ville.* Une tour peut être un obstacle, une passerelle ou une limite de territoire, dans ce cas précis, elle est un campanile de la renaissance de Poblenou tout en formant tout autour d'elle un espace public en voie de construction. La silhouette de la ville s'en trouve profondément modifiée comme pour Londres et son nouveau quartier d'affaire. Les perspectives depuis la mer deviennent un moyen de penser différemment les représentations globales de la ville à l'échelle de la métropole.

Il n'existe pas encore de LVMF (London View Management Framework), mais il s'agit d'une direction que la municipalité catalane va devoir prendre. L'œuvre de Jean Nouvel s'intègre parfaitement dans le panorama marquant une rupture dans la ligne d'horizon comme dans une hausse de la courbe des tensions du cœur d'un électrocardiogramme. *Un espace public symbolique en devenir*. L'ensemble des documents à notre disposition montrent une tentative d'appropriation de la tour par la société catalane à partir de ses acteurs privés, publics ou semi-publics dans leur volonté de mettre en avant un symbole effectif d'une ville innovante. Pourtant « nous nous tourmentons encore pour imaginer comment peut-on assembler les gratte-ciel pour former des îlots urbains ! Bien que le gratte-ciel soit en train de s'affirmer rapidement comme type dominant pour créer des habitations, des bureaux et des institutions, il continue à rester un édifice-objet dans le panorama urbain. Quatre-vingts ans après sa construction, le Rockefeller Center est encore cité comme une exception plutôt que comme la règle – un rare exemple où les gratte-ciel forment un lieu urbain ». (Moshe Safdie 2010 : 17). Le concepteur du grand parc ludique de Singapour rappelle les dangers de la tour comme instrument de rupture ou d'assimilation de la vie urbaine toute autour d'elle. Le voisinage de la tour et l'espace public fragmenté entre le centre commercial des Glories et des hôtels de luxe laisse pour l'instant un lieu en devenir. L'approbation par le conseil municipal de la requalification du rond-point des Gloires Catalanes va procurer à la tour de Jean Nouvel un espace public requalifié entouré de verdure en lien direct avec le musée du Design et donc proposer un ensemble moins chaotique se débarrassant des passerelles du périphérique intérieur voué à disparaître tout en se rapprochant des réseaux de transports et commerces en tout genre. Le fait de voir à nouveau Jean Nouvel intervenir aux portes de Can Ricart pour créer un jardin contemporain à Poblenou renseigne sur la volonté de la mairie de concilier acte de sauvegarde patrimonial et cohabitation nouvelle entre gratte-ciel et vie quotidienne comme le déplacement de l'une des night-clubs les plus problématique pour les concitoyens à partir d'une ébauche de travail de Jean Nouvel pour intégrer l'espace Forum à la toute fin de la Diagonal. À partir de sa forme, fonction et imaginaire, cette tour devient de plus en plus catalane et rappelle une mémoire collective qui resurgit de plus en plus dans le quartier. Jean Nouvel en parant de bleu une partie des couleurs de sa tour ne savait peut-être pas qu'il allait faire allusion à ces anciennes blouses ouvrières de la Manchester du Sud de l'Europe, souvent rappelés dans des tableaux contemporains où sur les murs délabrés du quartier à travers des tags: « ces lambeaux d'habillement, que ce peuple artiste drape encore avec art » Madame de Staël.

BIBLIOGRAPHIE:

- ACEBILLO, J., «La nueva línea del cielo de Barcelona. La torre Agbar, el edificio de Gas Natural y los hoteles de la nueva Diagonal simbolizan el cambio de escala de la ciudad», in *el Mundo*, 2005, p.11
- APPERT M., 2009, « Les gratte-ciel à l'assaut de la cathédrale Saint-Paul », in *Mappemonde*, 2009-1 n° 93. <http://mappemonde.mgm.fr/actualites/skyline.html>
- ARXIU HISTÒRIC DEL POBLENOU, (1998), *Gent de Poblenou*, Barcelona: Ed. Arxiu històric del Poblenou, 57 p.
- ARXIU HISTÒRIC DEL POBLENOU, (2001), *El Poblenou: més de 150 anys d'història*, Barcelona: Ed. Arxiu històric del Poblenou, 234 p.
- ARXIU HISTÒRIC DEL POBLENOU, (2005), *Enciclopèdia El Poblenou en 135 veus*, Barcelona: AB-Ed. Arxiu històric del Poblenou, 143 p.
- AYUNTAMIENTO DE BARCELONA, (2000a), *Pla Especial d'Infraestructures del Poblenou*, Barcelona: 22@bcn S.A., 77 p.
- AYUNTAMIENTO DE BARCELONA, (2000), *Modificación del PGM para la Renovación de las Áreas Industriales del Poblenou – Distrito de Actividades*, Barcelona: AB, 57 p.
- BALLESTER, P., (2007), « Barcelone, le Forum Universel des Cultures 2004, une fête globale pour une ville globale ? » in *La fête au présent. Mutations des fêtes au sein des loisirs*, FOURNIER Laurent Sébastien, CROZAT Dominique, BERNIE-BOISSARD Catherine, CHASTAGNER Claude (Dir.), Paris, L'Harmattan, 2009, pp. 97-115

- BALLESTER, P., (2008), *Barcelone, la Ville-Exposition. La cité catalane à travers ses Expositions universelles, internationales et Jeux Olympiques 1888 – 2008. A la recherche d'une communauté des mémoires ? (Urbanisme, paysage urbain)*, Toulouse : Laboratoire Geode CNRS UMR 5602, Université de Toulouse (UT Mirail), 2008, Tome I. 497 p. et Tome II. 189 p., 8 planches A3 d'illustrations et 3 cd-rom de documents archivistiques et reportages photographiques. Sous la direction de M Jean-Paul Volle et Jean-Charles Filleron.
- BALLESTER, P., (2012), «Fêtes mondiales et stratégie métropolitaines. Le Forum Universel des Cultures 2004 à Barcelone», *Cidades, The Cities and festivities*, dernier semestre 2012, 24 p.
- BALLESTER, P., (2012a), «Le district 22@ de Barcelone, entre équité et créativité territoriale.» in Acte du colloque international : vulnérabilité, équité et créativité en Méditerranée. Pôle Développement Durable et Territoires Méditerranéens. Yvette Lazzeri et Emmanuel Moustier (Dir.) PUAM. 12 p. (Juillet 2012)
- BARCELÓ, M., (2001), *Pacte Industrial de la Regió Metropolitana, La Ciutat Digital*, Barcelona: Beta Editorial, 321 p.
- BIASE, A., (2009), « Guerre de skylines ou comme les villes se désirent et se construisent un avenir », in Séminaire d'Urbanisme France Brésil, Brasília, 7p. En ligne.
- BORJA, J., (2004), *Urbanismo en el siglo XXI. Bilbao, Madrid, Valencia, Barcelona*, Barcelona: A.30 Ed., 181 p.
- BUSQUETS, J. (2005), *Barcelona, the urban evolution of a compact city*, Harvard, Harvard : Rovereto: Nicolodi, 468 p.
- CAPEL, H., (2005), *El modelo Barcelona: un examen crítico*, Barcelona: Serbal, 143 p.
- CASTELLS, M., (2009), «The Networked City : Réseaux, espace, société», *EspacesTemps.net*, n° de 2009, Lausanne : Unil, en ligne <<http://espacestemp.net/document7443.html>> consulté le 01/05/11
- CERDÁ, I., (1867), *Teoría General de la Urbanización y aplicación de sus principios y doctrinas a la reforma y Ensanche de Barcelona*, Madrid: imprenta española F. Sánchez, 5 Tomes, 1700 p.
- CHECA, M., (2003), *Poblenou: la fàbrica de Barcelona*, Barcelona: Ayuntamiento Barcelona, 145 p.
- CHASLIN, F., (2008), *Jean Nouvelle Critiques*, InFolio, 270 p.
- COUDROY DE LILLE, L., (1994), *L'Ensanche de poblacion en Espagne : Invention d'une pratique d'aménagement urbain 1840-1890*, Paris : thèse Paris 10, 3 vol. 450 p. Sous la direction de M. Roncayolo.
- CORMERAIS, F., (2001), «L'économie cognitive » de Bernard Walliser, renouvellement paradigmatique ou nouvelle illusion ?», in *Intellectica*, 1-32-, Paris : ARCo, pp. 207-21
- DAVIS M., (2007), *Le stade Dubaï du capitalisme*, Paris, Les prairies ordinaires, collection «penser/croiser », 88 p.
- DI MEO, G. (2006), «Vivre la ville, vivre Bordeaux » in RGPSO, n° 22, pp. 1-12
- FERRAS R., (1990), *Ville, paraître, être à part*, GIP Reclus, Montpellier, 143 p.
- FLORIDA, R., (2005), *Cities and the creative class*, New York: Routledge, 198 p.
- FOURNIER, F., (2005), *La ville figurée. Plans et vues gravées de Marseille, Gênes et Barcelone*, Marseille, Éditions Parenthèses/Musées de Marseille, 234 p.
- GARCIA-VENTOZA LOPEZ, (2006), Torre Agbar. El Interior / The Interior Gerardo, Edicions de la UPC, S.L. 208 p.
- GAVARI-BARBAS, M., (2010), «Iconicité et banalité : l'intégration des architectures iconiques contemporaines dans le tissu urbain » in *Espace urbains à l'Aube du XXIe siècle*, PUPS, 2010, pp.117-163.
- GOTTMAN, F., (1966), "Why the skyscrapers ?" in *Geographical review*, n°26, pp.190- 212
- HUERTAS, J.M., (2001), *La gent i els barris de Sant Martí*, Barcelona : AB, 117 p.
- MCNEILL, D., (2005), "Skycraper geography" in *Progress in Human Geography* , n°29, pp 41-55
- MARTI, M., (2008), «El proyecto 22@bcn: glocal governance, renovación urbana y lucha vecinal en Barcelona», *Actas Deemocracia y buen Gobierno*, Barcelona: UB, en ligne.
- MENDOZA, E., (2007), *Mauricio ou les élections sentimentales*, Paris : Seuil, 314 p.
- MONCLUS FRAGA J., (2007), *Exposiciones internacionales y urbanismo: el proyecto Expo Zaragoza 2008*, Barcelona: Ed. UPC, 216 p.
- MONTANER, J. M., (2006), «Le modèle Barcelone», *La pensée de midi*, n°18, Marseille : Des Sud/Actes Sud, pp.16-20
- NOUVEL J., (2004), *Torre Agbar en Barcelona. España 1999 [Concurso. Primer premio]*, feuillet libre de la Bibliothèque municipale de Poblenou, 24 p.
- OLIVA, A., (2003), *El districte d'activitats 22@bcn*, Barcelona: Fundació Bosch Gimpera, Universitat de Barcelona Colección Aula Abierta, Model Barcelona Quaderns de Gestió, n° 15, 74 p.
- PAQUOT, T., (2008), *La folie des hauteurs, pourquoi s'obstiner à construire des tours ?* Bourin Editeur, coll.Essai 124 p.
- PAVARINI S., (2001), "Trans-aparenza Agbar Tower", in *Arca* n°162, p.30
- PISONERO, C.G., ANRUBIA, E., (2010), "La nueva publicidad y la construcción antropológica de "Lo Urbano", in *Razón y Palabra*, n°63, juillet/août 2010, pp.124-136
- PERMANYER, L., (Dir.), (2007), *Torre Agbar: Dialogos con Barcelona*, Barcelone, Lunweg, 2007.

PORTER, M.E.,(1998),«Clusters and the new economics of competition», *Harvard Business Review*, n°98 vol. 76 issue 6, Harvard: Harvard Business School Publishing, pp.77-91

SAFDIE, M. (2011), « Eco-housing », in *Arca International*, pp.1-24

SANSON, P., (2007), «La médiation sémiotique du paysage architectural et urbain » in *Paysage urbain*, Paris, L'Harmattan, pp. 291-320

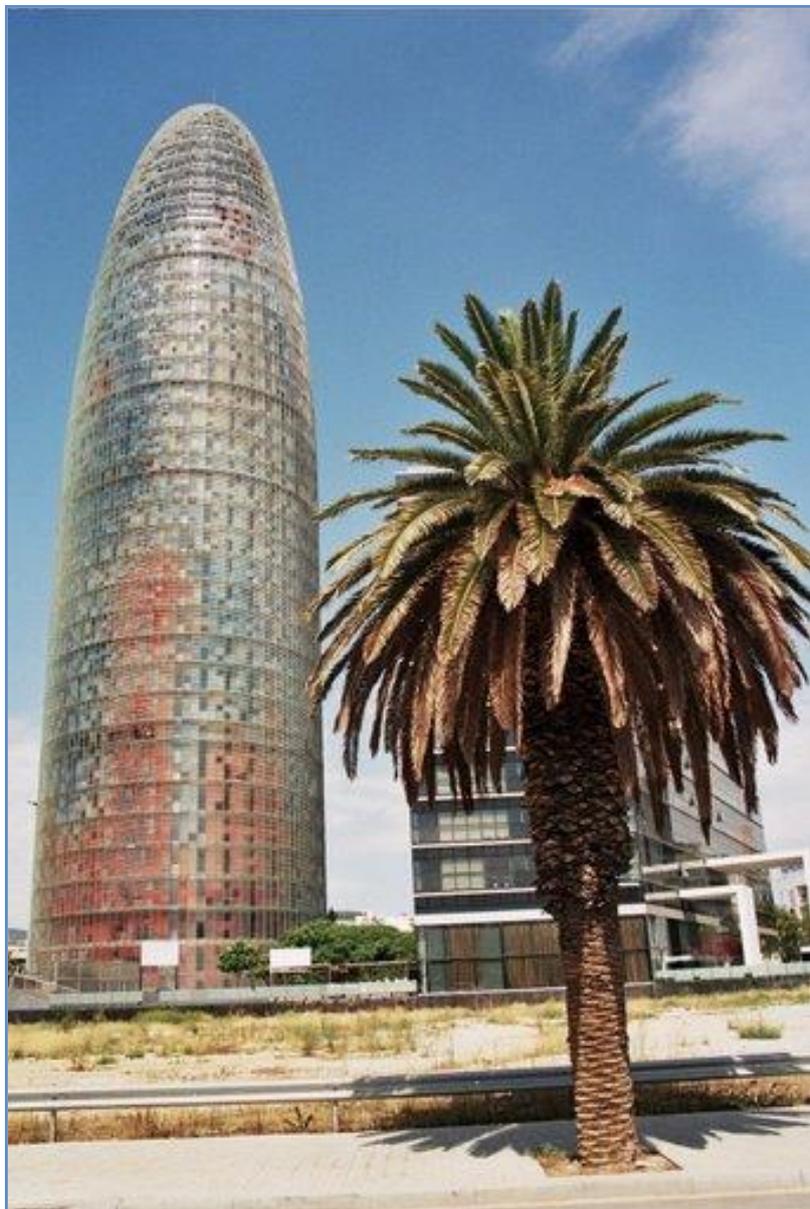
SASSEN S., 1996, *La ville globale*, New York, Londres, Tokyo, Paris, Ed. Descartes et Cie , Collection : les urbanités, 234 p.

SOLÀ-MORALES, M., (1974), *Barcelona. Remodelación capitalista o desarrollo urbano en el sector de la Ribera Oriental*, Barcelona: Gustavo Gili, 232 p.

WALLISER, A., «A place in the world: Barcelona's quest to become a global knowledge city», *Built Environment*, Oxon: Alexandrine press, 30-4-, pp. 213–224.

YIGITCANLAR, T., VELIBEYOGLU, K., BAUM, S., (2008), *Creative urban regions: harnessing urban technologies to support knowledge city initiatives*, NY, IGI Global snippet. 345 p.

DIDELON, C., (2010), «Une course vers le ciel : mondialisation et diffusion spatio-temporelle des gratte-ciel », in *M@ppemonde* , n°99 pp. 1-17



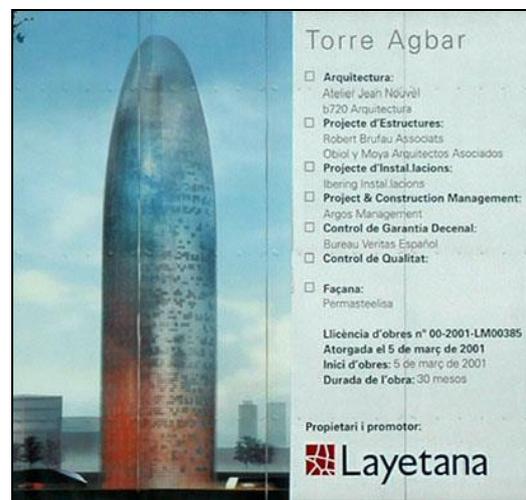
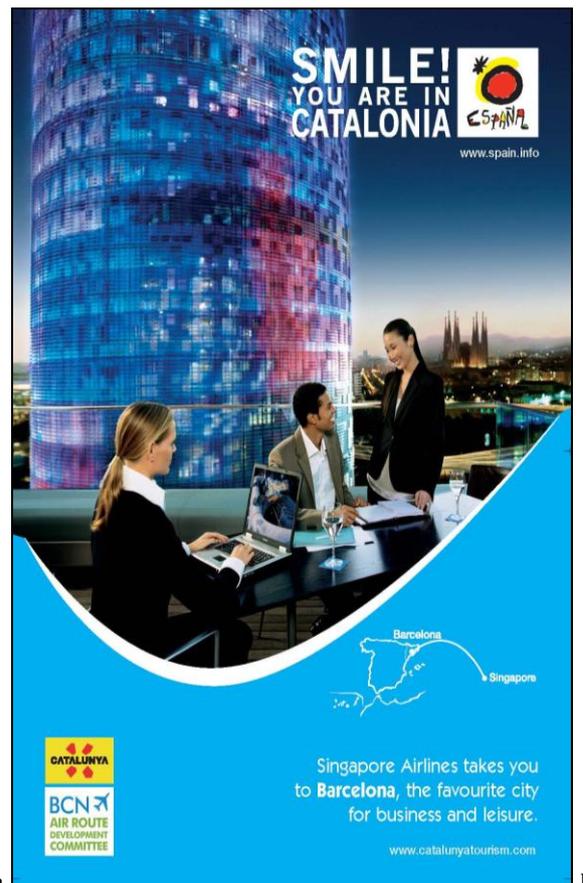
Torre Agbar août 2008. PB.

Illustration 1 : Poblenou en 1992



Mairie de Barcelone, archive, division plan et photographie

Illustrations 2 : La confrontation de deux logiques territoriales pour un laboratoire urbain.



a et b : Hangar, 2006, trajet dans Barcelone de Ramujkic V., Pedrosa T., Mairie de Barcelone, OTB, 2007

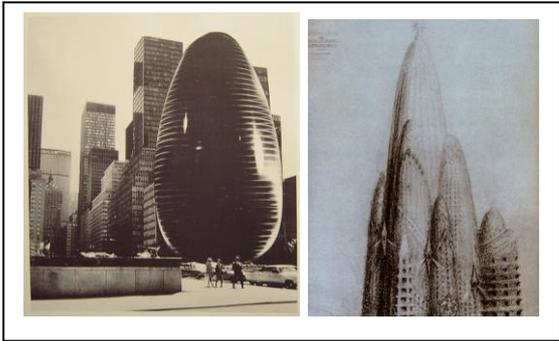
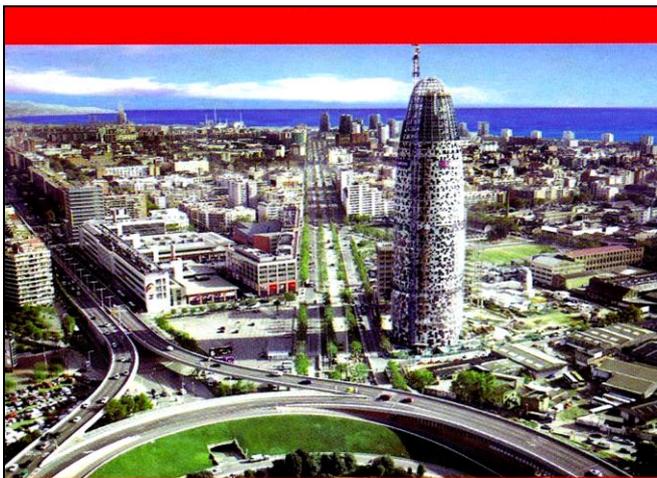
a/ «Un laboratoire ouvert : bestiaire urbain en fiction sociale : Ceci est l'histoire d'une ville mutante aggravée par une invasion virale : se nommant PERI, PGM, 22@ ou autres germes dérivés. C'est l'histoire aussi d'une série d'entrelacs dans la destruction-construction-déconstruction de murs, d'îlots, de discours, de légitimités inventées, réalités aléatoires, de fictions, de feintes et de proclamations comme celle de la Nouvelle Vérité du Progrès, diversité, participation, dialogue et civisme... Que peut naître de tout ceci ? Nous l'invitons à prendre part à une recherche, une exploration de la ville et de ses transformations obscures le 12, 19, 26 mai, 2 et 3 juin 2007.»

b/ «Souriez vous êtes en Catalogne Singapore Airlines vous amène à Barcelone, une ville privilégiée pour les affaires et les loisirs.»

c et d : Coordinadora Contra 22@, 2006. Torre Agbar, Layetana, 2003.

La CC, coordination contre 22@ propose une fête de quartier en mai 2006. Panneau du début de chantier de la Tour Agbar.2002.

Illustrations n°5 Une tour père et ses nombreuses influences.



TORRE AGBAR 01. Le Geyser 01.1. origine 01.2. forme 01.3. fiche 01.4. plans 01.5. processus 01.6. illumine-toi 02. La Durabilité 03. Les Coordonnées 04. L'Intérieur 05. Souvenirs 06. Participer 07. La Ville 00.1. le contact 00.2. avis légal 00.3. plan du site 00.4. posez vos questions 00.5. castellane 00.6. català 00.7. english

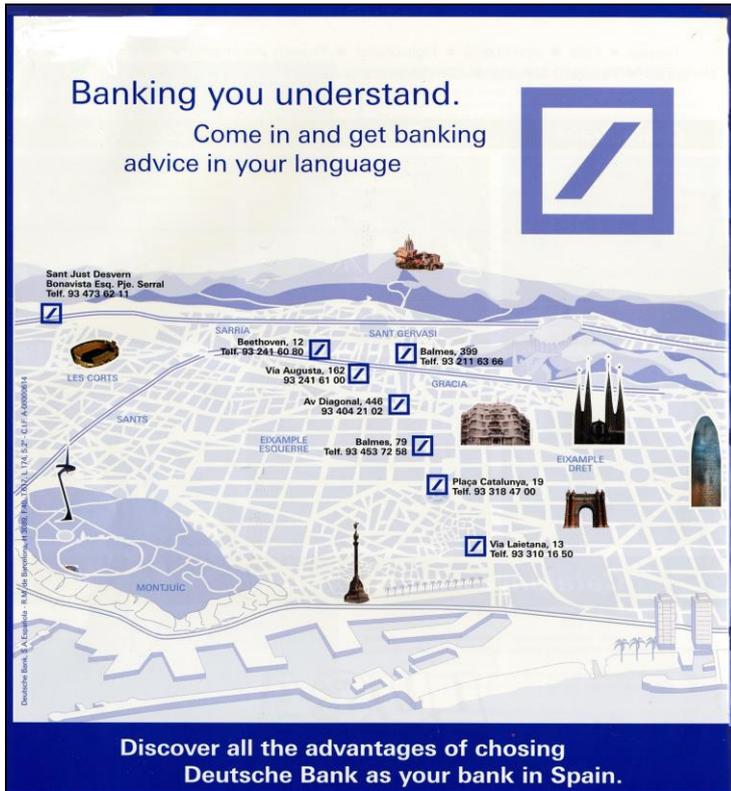
01/1 - Cette Tour pourrait représenter l'écho lointain des anciennes obsessions catalanes, portées par le vent qui souffle de Montserrat - Jean Nouvel

Inspirée de l'héritage architectonique de Gaudí et des montagnes de Montserrat, la Torre Agbar surgit de la terre avec la puissance et la légèreté d'un geyser pour attendre le ciel bleu de Barcelone.

Nouvel parle de Montserrat, des reflets de l'eau et de la couleur bleue de la mer Méditerranée

TORRE AGBAR
LE TOUR GLORIÉS DE BARCELONE

À gauche : «dans le nouveau centre de Barcelone», 2004, Publicité pour le centre commercial des Gloriés.
 À droite, de haut en bas, influences de l'œuvre, hypothèses et références aux propos de Jean Nouvel :
 -En haut, un exemple des nombreuses maquettes, photomontage du projet d'André Bruyères à Manhattan (1931).
 -Gaudí et son projet de gratte-ciel pour Manhattan. Montserrat influençant Gaudí, influençant Nouvel ?
 -La forme du geyser et de la goutte d'eau remontant à la surface comme référence à la Compagnie des eaux.
 -Au matin, la tour non illuminée voit les rayons du soleil former une sorte de couverture glacée sur sa paroi.
 -Les couleurs de la terre, de la pierre, du volcan et complément du geyser d'après la peinture de l'édifice.
 -L'influence de la pierre, de Montserrat et du geyser proclamé par le site internet de la tour Agbar.



a



b



c

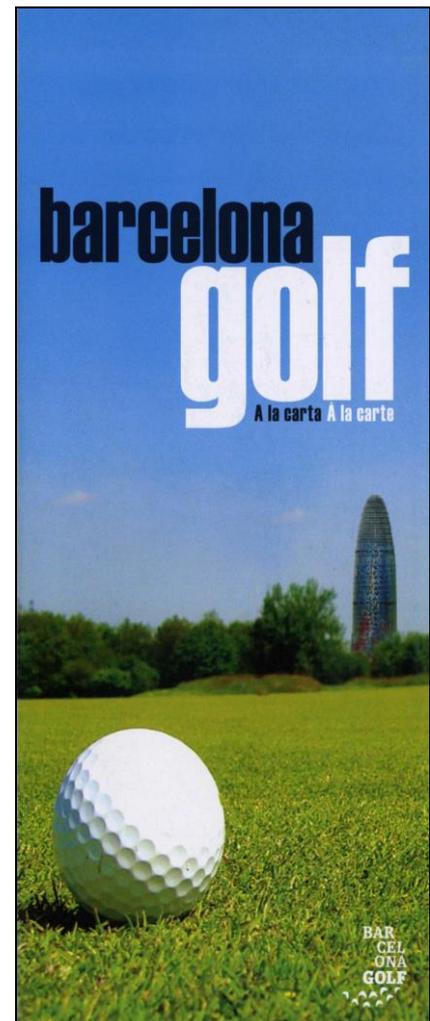
- a/Publicité Deutsch Bank : 2006.
- b/Carte postale Escut d'Or, 2009.
- c/Torre Agbar comme missile, 2011.



d



e



f

- d/Villaviciosa del Odon, une tour symbole de l'inflation immobilière.2006
- e/Extrait du clip Loca People de Sak Noel, été 2011.
- f/Publicité du Golf de Barcelone, 2008.

PLANCHE D'ILLUSTRATIONS n°7 : TOUR AGBAR



a



b

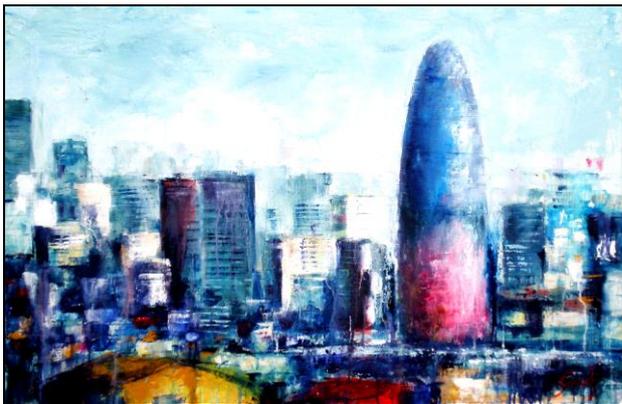


c



d

- a/Carte postale mosaïque, Escut d'Or, 2009. Barcelone.
- b/Carte postale Ediciones Campaña, 2010. Barcelone et ses monuments.
- c/Publicité Roca Village, 2011, Barcelone en miniature.
- d/Extrait du clip Loca People de Sak Noel, été 2011.



Hotel Ibis Barcelona Pl. Glòries 22@

El Hotel Ibis Barcelona Pl. Glòries 22@ situado en el centro neurálgico del distrito tecnológico de Barcelona 22@, cerca de la Torre Agbar y del Centro Comercial Glòries. Muy bien comunicado con el centro de la ciudad gracias al metro y al tranvía.

Hotel Ibis Barcelona Pl. Glòries 22@
 Tel : (+34) 93 300 77 77
 C/ Ciutat de Granada, 99 - 08018 BARCELONA
 E-mail : h5944@accor.com

147 4 De pago De pago

vine disfressada de cyberpunk

porta't la bici

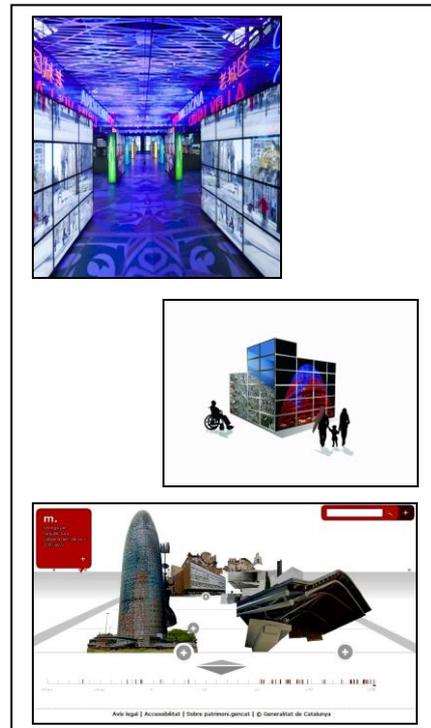
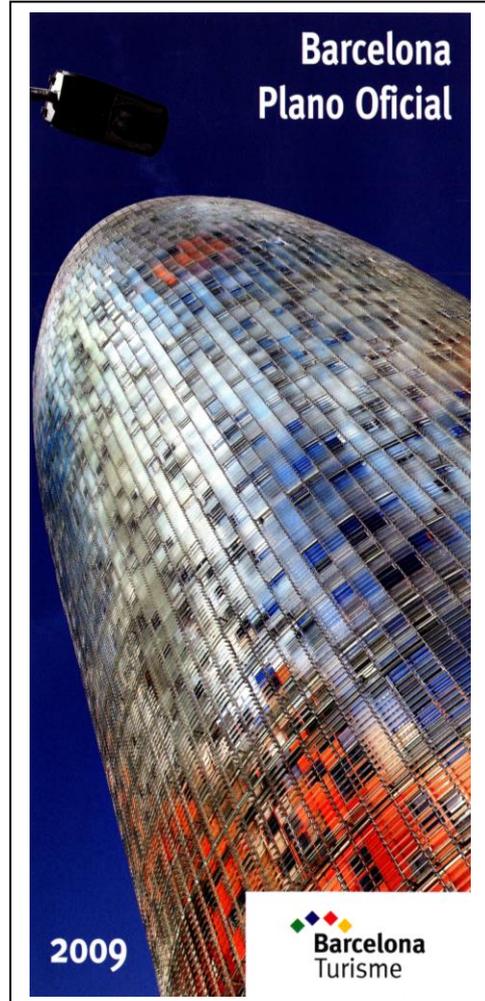
Prepara't per mullar-te

dimecres 16 de Setembre. 18h, cruïlla c. Bilbao amb Pallars

Festa Major 09 POBLENOU
Construïm el nostre barri
 CSCA LA TEIXIDORA

-a/Barcelona-TV, annonce du journal et son émission sur l'architecture iconique, 2011. Nouveau marché de Poble Nou et affiche latérale du Barcelona Bus touristique.
 -b/ Divers exemples de peinture et panoramas. 2011.
 -c/Magnet et T-shirt avec la tour comme composante ou élément principal de vente.
 -d/Publicité flyer Hôtel Ibis, 2008, p.4
 -e/Affiche. Festa Major de Poble Nou, 2009.

PLANCHE D'ILLUSTRATIONS n°9 : TOUR AGBAR



- Publicité de la Barcelona Activa. 2007.
- Publicité de la ville de Barcelone.2009/2012.
- Partie de la couverture arrière de la publicité de la Généralité : Catalogne, un pays de qualité 2004/2012.
- Plan officiel touristique de la ville de Barcelone. OTB, 2009.
- Photographie et image de synthèse de la scénographie de 'exposition du quartier 22@ à Shanghai 2010.
- Page web d'accueil de la Généralité de Catalogne sur un recensement patrimonial.



a



b



c

24

DIMERCRES, 19 D'AGOST DEL 2009

Barcelona +

Rehabilitació científica a Sant Pau

La obres de restauració del recinte modernista de l'Hospital de Sant Pau avancen d'acord amb l'agenda prevista. Als pavellons ja s'han retirat tots els elements no originals gràcies a una rehabilitació científica.

d

Situación en el plano: **I 6**

Edita: Turisme de Barcelona

BarcelonaTurisme

EXPERIENCE DAY

Precio: 1 €

L.: B-37.456-07

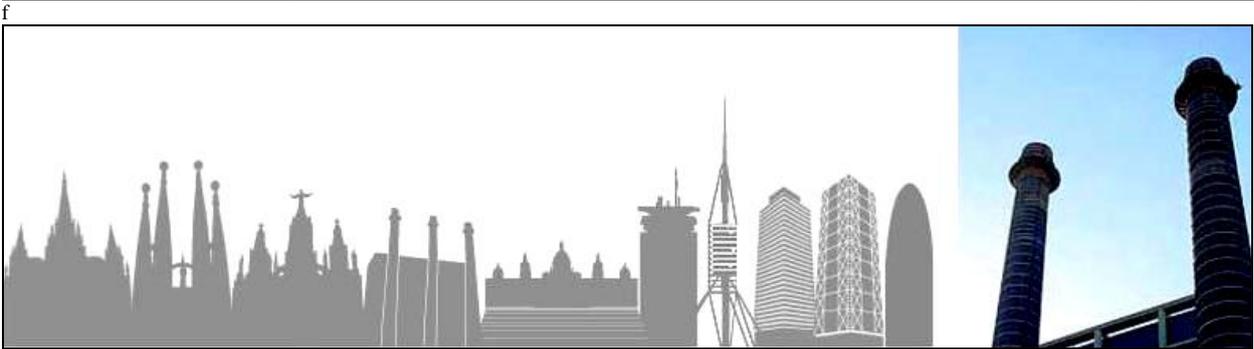
- a/ Panorama de Barcelone depuis le Tibidabo, PB, 2008. Trois ensembles visuels : Centre-ville et Sagrada Família. La Tour Agbar qui rompt le champ visuel et le nouveau quartier Forum et une partie de la Diagonale.
- b/Infographie de 2002 de la tour Agbar sur la Diagonal. Atelier Jean Nouvel.
- c/Campagne publicitaire de la mairie de Barcelone, 1995/2000. «*Barcelona ville en transformation*».
- d/Bandeau d'Avui sur les informations journalière de Barcelone. 2009. Depuis 2008, elle a disparu pour des raisons d'économie (coût de la couleur).
- e/Voyage touristique de Barcelone depuis l'hélicoptère. 2009. Cathelicoptere.

Do you want to discover Barcelona?



You are over 45 years old and after seeing lots of tourist sites, you would love to know the real life in Barcelona?
But you don't know how, don't know the city, and don't know who to ask what's the most interesting thing?
Do you want to know places where people your age go?

FRIENDS in BARCELONA
Do you want to



Barcelona Daily Sightseeing Tours



PROMOTIONAL OFFER
until Nov. 1, 2009

The Barça Tour
Daily at 9:30 am (3 hours approx.)
Feel the magic of the immense "Camp Nou" Stadium, Football Club Barcelona: more than a club, an emotion.
Itinerary: Olympic Stadium > Gran Via Carles III > FCBarcelona Stadium, changing rooms and trophies > Diagonal

Gaudí Beyond the City Tour
Daily at 12:30 pm (3 hours approx.)
Gaudí's Colonia Güell Crypt, an architectural gem + Gate to Miralles Estate and Güell Pavilions. See Gaudí's off-the-beaten-track masterpieces.
Itinerary: Gate to Miralles Estate > Güell Pavilions > Colonia Güell Crypt (20 kms) > Free limo > return to Barcelona

The New Architecture Tour & Palau de la Música
€30/adult €15/child

- f/Panorama de la ville de Barcelone depuis la mer. *Freinds Barcelona*, 2007. (L'un des plus abouti)
- g/Silhouette de la ville de Barcelone. 2005/2012. Site officiel de la tour Agbar.
- h/Vue panoramique de l'exposition internationale de 1929. Archive administrative des États-Unis.
- i/Plan touristique de la ville de Barcelone, Poblenou et la Diagonal font leur apparition. *Barcelona Daily Sightseeing Tours*, 2010.