



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-02983108v2

HAL Id: hal-02983108

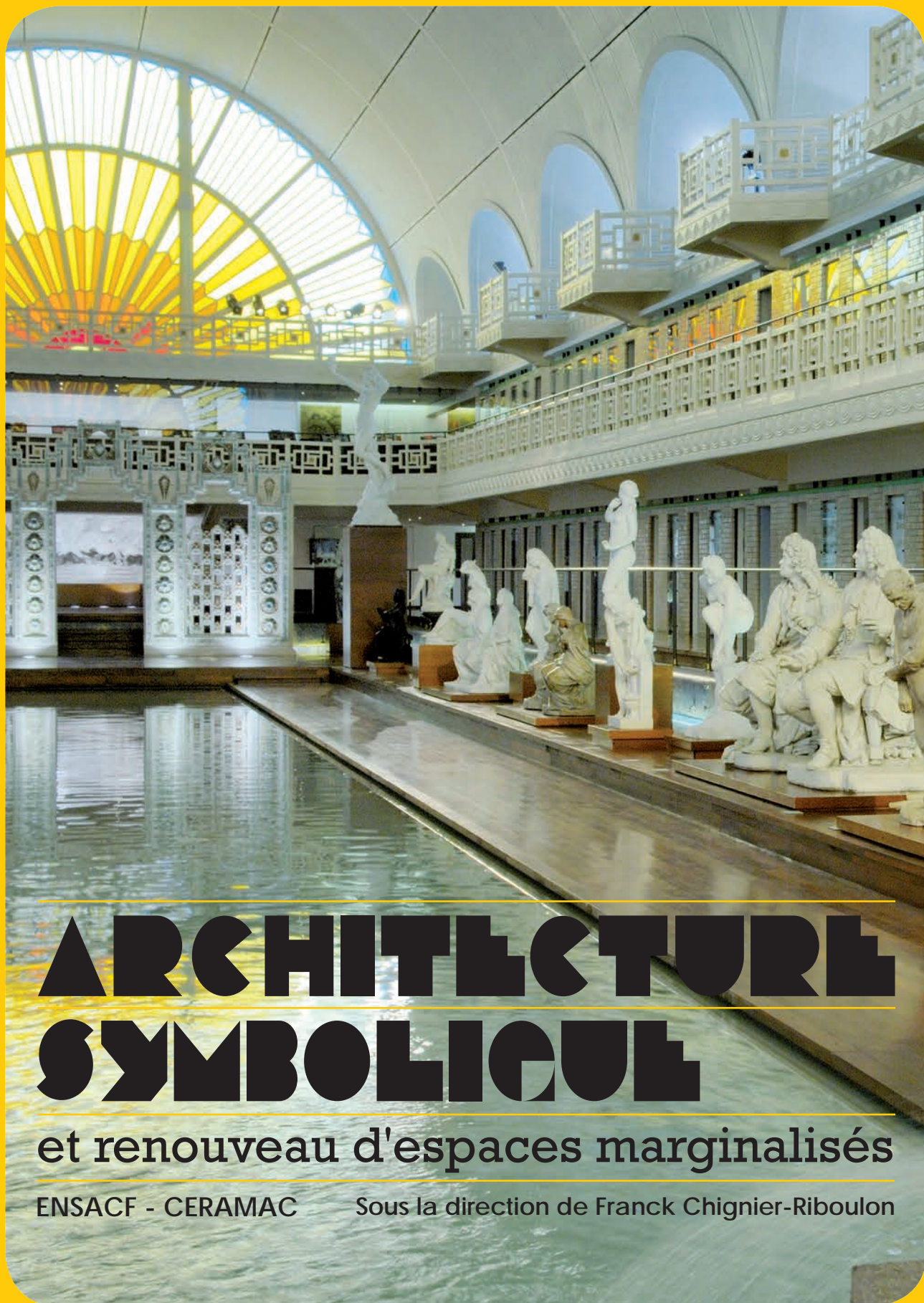
<https://hal.science/hal-02983108v2>

Submitted on 2 Jan 2024

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.

Copyright



ARCHITECTURE SYMBOLIQUE

et renouveau d'espaces marginalisés

ENSACF - CERAMAC

Sous la direction de Franck Chignier-Riboulon

ARCHITECTURE SYMBOLIQUE

et renouveau d'espaces marginalisés

Actes du colloque international de Clermont-Ferrand
du 20 au 22 mars 2012

Sous la direction de
Franck Chignier-Riboulon

ENSACF - CERAMAC

Comité scientifique

Saliha Abdou, MCF, architecte, École d'architecture de Constantine (Algérie)
Jacques Bonnet, professeur, géographe, Université Jean Moulin - Lyon 3
Laurent Carroué, IGEN, géographe, ministère de l'Éducation nationale
Franck Chignier-Riboulon, professeur, géographe,
Université Blaise Pascal - ENSACF Clermont-Ferrand
Mike Devereux, aménageur-urbaniste, University of the West of England,
Département Urbanisme et Architecture
Irena Latek, professeure, architecte, Université de Montréal (Canada)
Yves Pedrazzini, sociologue urbain, Faculté d'architecture de l'École polytechnique
de Lausanne (Suisse)
Stéphane Sadoux, maître-assistant, urbaniste, ENSA Grenoble
Nora Semmoud, professeure, architecte, Université François Rabelais - Tours
Julio Villar Castro, professeur, géographe, Université de Salamanque (Espagne)
Thierry Verdier, MCF-HDR, architecte et historien de l'art, Université Paul Valéry - Montpellier

Comité d'organisation

Philippe Bucherer | Franck Chignier-Riboulon | Alain Fayard | Fabien Jubertie |
Sylvie Ligier | Sophie Loiseau | Émilie Pételot | Nathalie Sabaté

Avec le concours de

CERAMAC, Centre d'études et de recherches appliquées au Massif central,
à la moyenne montagne et aux espaces fragiles
MSH, Maison des Sciences de l'homme

Responsable de publication

Franck Chignier-Riboulon

Conception graphique et mise en forme

Sophie Loiseau, ENSACF

Relecture

Nathalie Sabaté, Philippe Bucherer, ENSACF

Crédits pour la couverture

Roubaix Musée La Piscine, Le grand bassin
Architectes : Albert Baert, 1932 / Jean-Paul Philippon, 2001
Photo : Alain Leprince

Préface	9
<i>Agnès Barbier, directrice de l'ENSACF</i>	
I. Réinterroger l'architecture symbolique et ses logiques	11
Franck Chignier-Riboulon	13
L'architecture symbolique et le renouveau d'espaces marginalisés : enjeux, recompositions et limites	
Irena Latek	27
Des mésaventures de l'architecture symbolique et des symboliques des espaces en crise - ou comment unir l'utopie, l'entropie et l'écotopie	
Hervé Gaff	35
Étiquetage et normalisation, ou la mainmise sur nos représentations	
Arbil Otkunc	45
L'architecture symbolique de Rafael Moneo : le cas des établissements culturels	
II. La participation de la symbolique à l'extension et au renouveau des centres-villes	59
Christian Jamot	61
Les quartiers historiques de Clermont : de l'espace marginalisé au renouveau	
Julio Villar-Castro	71
L'architecture symbolique, un catalyseur du renouveau urbain : le cas du noyau historique de Salamanque, un espace classé au Patrimoine mondial de l'Humanité	
Patrice Ballester	79
La Tour Agbar comme outil de marketing urbain, touristique et économique en faveur du territoire marginalisé de Poblenou : le district créatif 22@ de Barcelone	
Nabila Oulmane-Bendani	99
Un destin qui se joue sur un site remarquable - Le plateau des Annassers à Alger	
Tatiana Debroux	109
Renouveau d'espaces marginalisés : l'appel aux cités d'artistes. Le Cheval Noir et les Ateliers Mommen à Bruxelles	

III. Les espaces populaires entre représentations négatives et volonté politique	131
<i>Nathalie Simonnot</i>	133
Construire un modèle de ville - La cité Fabien à Saint-Denis : du symbole politique à la reconnaissance patrimoniale	
<i>Valérie Helman</i>	141
Le rôle de la qualité architecturale des équipements culturels dans l'amélioration des conditions de vie des quartiers populaires	
<i>Anna Juan Cantavella</i>	159
Une tour aux confins de la ville : la destruction d'une architecture symbolique comme signe du renouvellement urbain de Saint-Étienne	
<i>Valérie Foucher-Dufoix</i>	175
Les 4 000 - Amputation d'un lieu et persistance de l'usage d'un nom	
IV. Pouvoirs politiques et économiques et réalités habitantes	191
<i>Mustapha Chouiki</i>	193
L'urbanisme de prestige entre requalification spatiale et promotion symbolique du pouvoir Des exemples d'une métropole du Sud : Casablanca	
<i>Richard Pointelin</i>	207
La reconquête du quartier du Poblenou à Barcelone, entre symbole et perte d'identité	
<i>Nora Semmoud et Matthieu Alaimé</i>	221
Urbanisme dans le Monde arabe : entre ancrage à l'économie-monde et processus de marginalisations socio-spatiales - Le cas d'Aqaba en Jordanie	
<i>Patrice Ballester</i>	233
L'architecture et l'urbanisme de l'éphémère comme nouvelle urbanité symbolique et durable ?	
Postface	252
<i>Daniel Ricard</i>, directeur du CERAMAC	
Les auteurs	254

La Tour Agbar comme outil de marketing urbain, touristique et économique en faveur du territoire marginalisé de Poblenou : le district créatif 22@ de Barcelone

« Ce qui fait la dynamique d'une ville aujourd'hui, c'est sa vie au jour le jour, mais quand je dis au jour le jour, c'est aussi la nuit, les grandes villes sont attractives aussi par rapport à cette permanence de l'activité, le jour, la nuit... »

Jean Nouvel, 2012, Interview du *Periodicó*, Espace Forum en présence de Jordi Pujol pour la présentation du projet discothèque Amnesia.

La réalisation de la Tour Agbar entre 1999 (début des travaux) et 2005 (inauguration) marque pour la mairie de Barcelone une nouvelle étape dans son projet urbain et sa communication auprès des investisseurs publics et privés nationaux et internationaux. Les acteurs municipaux de la capitale catalane désirent obtenir une inversion des représentations négatives concernant le manque d'attractivité du quartier de Poblenou considéré comme l'un des districts les plus pauvres et marginalisés de la ville tout en ayant comme identité l'expression de « *Manchester du sud de l'Europe* », rappelant son rôle d'usine de l'Espagne et d'emblème de la Révolution Industrielle pour la péninsule ibérique.

Conceptualisation, programmation et construction d'une nouvelle image de la ville par l'intermédiaire de cette grande friche urbaine se concrétisent grâce à une opération de mercatique urbaine. Le cahier des charges de celle-ci permet 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 afin de rendre visible et attractif ce territoire péri-central. L'objectif est de créer un district de

l'innovation durable et créatif dénommé le 22@, à partir des risques de délocalisation des industries espagnoles, tout en respectant les principes de droit au logement bon marché dans le cadre d'un système de règles foncières se voulant en phase avec l'innovation sociétale et une certaine justice spatiale (Ballester, 2013a).

Dans cette optique, la tour Agbar de Jean Nouvel devient un objet de réflexion, à la fois fonctionnel dans la recherche classique de gain d'espace pour mettre à disposition un nouveau siège et un 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 sur le modèle américain (Gottman, 1966 : 190-212) tout en voulant montrer un optimisme dans l'adolescence d'une reconquête urbaine (Ábalos, 2011 : 7).

Un objet culturel et formateur d'une nouvelle identité territoriale se dessine à partir de l'implantation de ce gratte-ciel dans le skyline ou « silhouette de la ville » de la métropole dans le cadre d'une compétition mondiale (Biase, 2009). Cette action architecturale et urbanistique se fonde sur des principes économiques de libéralisation des

marchés et de « surchauffe » - croissance rapide sur des règles hypothécaires fragiles - de l'activité immobilière (Davis, 2007) ainsi que dans la croyance dans l'économie cognitive comme nouvelle étape d'un processus de relocalisation au plan européen (Cormerais, 2001).

Plus qu'une tour, c'est un outil de mercatique urbaine (Didelon, 2010) de référence touristique et économique d'un district de l'innovation se voulant capable de changer la destinée d'un territoire à la fois en déclin et en marge du centre-ville. En fait, pourquoi et comment des mécanismes politiques, sociaux et urbanistiques de résiliences parfois contradictoires entre elles impliquent-ils la création d'une architecture symbolique ? Notre raisonnement se décompose en trois interrogations permettant d'aborder à la fois les origines et la justification du projet (1), les conséquences engendrées par cette implantation sur le territoire stratégique du 22@ (2), tout en soulignant le rôle de la communication municipale et de l'appropriation progressive par les Barcelonais de la tour de Jean Nouvel à travers des mécanismes culturels inclus dans un système de représentation complexe dans la sphère privée et publique permettant de la définir progressivement comme une architecture symbolique (3).

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

Poblenou a une histoire urbaine spécifique, baignée de revendications sociales et ouvrières marquant une opposition entre deux logiques territoriales, en l'occurrence marchande et culturelle au début des années 2000 (1.1). Quant à la tour de Jean Nouvel, elle doit répondre aux impératifs de communication de la mairie pour marquer le renouveau municipal dans une stratégie globale reposant sur la nouvelle économie des TIC appuyée par une programmation municipale ultra maîtrisée (1.2).

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

Avec la Barcelone olympique de 1992 et ses travaux catalyseurs sur le modèle des expositions universelles et internationales (Monclus, 2008, Ballester, 2008), le quartier de Poblenou ne bénéficie pas des fonds d'investissement locaux, nationaux et européens pour un développement identique sur l'ensemble du district, hormis sur le quartier littoral de la Nova Icaria (le Port Olympique) et la réalisation d'une *ronda littoral* / rocade littorale comportant deux échangeurs.

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, en raison de sa physionomie, son apparence et sa qualité, d'attirer les regards des investisseurs tout en dirigeant les flux des Investissements Directs Étrangers (IDE) vers la création d'un quartier novateur avec des bases idéologiques parfois peu probantes si l'on se réfère à la critique académique sur le sujet, notamment à partir des conséquences de l'attraction des classes créatives (Florida, 2005) et de ses restructurations bénéfiques pour la trame urbaine et ses habitants (Porter, 1998).

D'un autre côté, la population locale reste perplexe face à une telle entreprise et constate les dégâts d'un urbanisme dit capitaliste selon eux ou sans âme à leurs dépens. Ils demandent plus de concertation, de réunions publiques et d'inflexion du projet à partir de 1999-2002. Quant à la presse grand public, elle se fait écho des débats et relate des projets pharaoniques de gratte-ciel comme de la future « *Torre Agbar* » de la compagnie des eaux catalane, tout en avançant des termes comme *Silicon Valley* urbaine ou de Palo Alto avec ses célèbres studios d'artistes. Survient un terme, savamment pensé pour n'avoir jamais été employé jusque-là ainsi que porteur de relais par sa retranscription facile à l'international : Poblenou, une

présumée sans faille *cité digitale - digital city* (Yigitcanlar, Velibeyoglu, Baum, 2008 : 141).

Pourtant, 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 la 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 tout en prenant en considération le caractère utopique de cette trame urbaine provenant du plan d'*ensanche*¹ de 1859 de l'ingénieur-architecte catalan, imposant à l'époque 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).

Physiquement, intentionnellement et de manière symbolique, ce projet se lit dans le POS où les urbanistes font passer la zone 22A de Poblenou (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 Poblenou. 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 des intentions et des objectifs.

Les acteurs municipaux de gauche, majoritaires 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. avec à sa tête Miquel Barceló, recherchent la publicité à partir d'une réalisation architecturale attirant les regards tout en indiquant un changement de fonction des lieux (Barceló, 2009) pour une *Barcelona Activa*,

l'incubateur de Barcelone. Désormais, des décompositions, apparitions, disparitions, remodelage d'ilot et l'imposition d'une tour symbole doivent permettre de régénérer le quartier d'entreprise tout en recherchant la mixité urbaine à l'échelle du district de San Marti incluant en grande partie les opérations de Poblenou 22@ (**Figure n 1**).



Figure n 1 : Plan de Poblenou et logos des entreprises publiques, 2010, avec l'aimable autorisation du CCIIB .

Généralement, les investisseurs immobiliers accèdent aux terrains et chassent les studios d'artistes informels ou la classe populaire ; on voit réapparaître ensuite de nouveaux habitants et des fonctions urbaines revalorisées.   ce titre, à l'image d'un soleil dont les rayons ramèneraient à la vie, le tramway rend l'espoir à Poblenou ; il s'incorpore à une main universelle tendue à l'échelle mondiale, mais aussi locale comme un autre logo de l'opération ponctuelle en faveur du littoral Bes s en 2004 lors de la manifestation internationale du Forum Universel des Cultures 2004. Il représente un symbole de l'action municipale en faveur de ce territoire pauvre et marginalisé, tout en étant ressenti par la population comme une nouvelle chance de développement pour Poblenou. Au plan de la communication et de la mercatique territoriale, la réalisation d'une tour symbole de ce renouveau doit permettre de concrétiser

1| Plan d'agrandissement urbain. « En Catalogne, l'historiographie locale a redécouvert, dans les années 1970, la valeur de ces plans d'*Ensanche* que l'on voit apparaître à Sabadell (1865), Lleida (1865), Vilanova (1876), Terrassa (1876), etc. Mais l'*Ensanche* de Barcelone, par son ampleur et l'ambition de son concepteur, est le plus souvent considéré comme un modèle archétypal. » Cf. « L'*Ensanche* de Barcelone, la centralité impossible », *Rives nord-méditerranéennes* [Online], 2 | 1999, Online since 06 July 2004, connection on 06 March 2013. URL : <http://rives.revues.org/148>.

matériellement les pensées des décideurs par une alliance entre les médias et les TIC pour créer un cluster de l'innovation facilement identifiable par la symbolique du 22@, nouveau logo de société d'aménagement s'additionnant au reste des opérations tout en comptant sur la Tour Agbar pour enclencher se processus cumulatif.

1.2. 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.

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'explique aussi par son positionnement tout proche du rond-point des Glories catalanes et de la plus longue avenue d'Espagne, la Diagonal (**Figure n°2**). La célèbre phrase de Frank Winfield Woolworth au sujet du Chrysler Building 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 gratte-ciel. Pour Jean Nouvel, 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 de l'acte de régénération urbaine. Son aspect phallique et ses surnoms dépassent entre 2004/2007 la polémique sur son utilité foncière et de localisation des bureaux d'une agence pour l'eau ainsi que du changement de régime foncier du quartier pour une partie des habitants (San Frax, 2011 : 270-271). D'ailleurs, cette réalisation n'est pas sans rapport avec la philosophie de l'architecte Jean Nouvel prônant une architecture en dialogue constant avec son environnement géographique, culturel et urbain (Nouvel, 2004 : 11). Chaque projet de l'architecte français en devient différent et correspond à une vision bien particulière du contexte. À ce titre, la tour Agbar symbolise le renouveau d'une ville en constant essor et en dialogue avec un héritage architectural très riche.

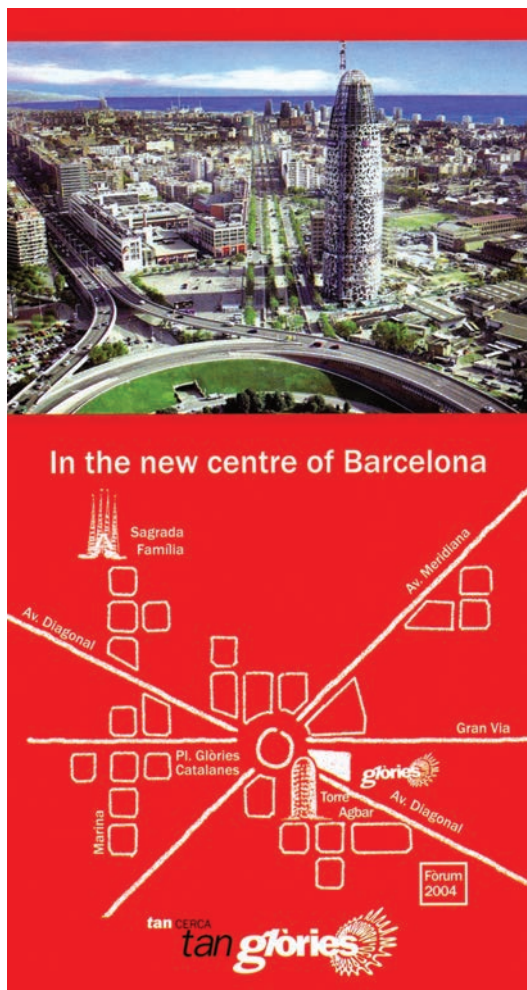


Figure n°2 : a/ Une tour repère pour le quartier de Poble Nou, 2004, Glòries center, avec l'aimable autorisation de reproduction de Glòries s.a.º.
« Dans le nouveau centre de Barcelone »

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 sucre selon le site officiel de la tour (Abgar, 2012). 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 comme un phare par des animations nocturnes visibles depuis Montjuïc 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 tranche sur le paysage (Permanyer, 2007 : 4-18). Avec ces 142 mètres, 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 en bureaux et ses dimensions - sa hauteur notamment - sont nouvelles pour la métropole. Depuis la fin de sa construction en juin 2005, les 600 employés d'*Aguas de Barcelona* (groupe Agbar) occupent l'édifice et disposent d'un auditorium 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. Mais pour comprendre l'extérieur de l'édifice, il faut examiner son intérieur. Il s'agit de deux cylindres concentriques. Celui de l'intérieur consiste en l'immeuble proprement dit, accueillant les 32 étages sans colonne et totalement diaphanes, recouvert au sommet d'une coupole transparente. 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 (en collaboration avec le groupe local b720 Fermin Vazquez Arquitectos), la tour est bien l'objet d'une localisation et d'une symbolique spécifique à partir de la rupture de la ligne d'horizon par un geyser/terre/pierre/mer. La tour est inmanquablement alliance, déformation, mimétisme avec la nature. Un gratte-ciel aux influences nombreuses surgit des reflets de l'eau aux couleurs de la Mer Méditerranée. La représentation et l'évocation sonore de la tour sur le site officiel Internet évoquent 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. De plus, cette tour Agbar se superpose à une histoire de revendications sociales

et ouvrières du quartier 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 pré-Renaissance mais des métropoles mondiales du XXI^e siècle (Chaslin, 2008). C'est bien 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 celui-ci comme pour les villes italiennes. La tour devient un symbole de la reconquête urbaine en répondant aux choix stratégiques de mercatique urbaine provenant de la mairie de Barcelone dans le lancement du projet 22@ : « *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* » (Nouvel, 2005). Le cluster 22@ (littéralement « *petite pousse d'entreprise innovante* ») comporte cinq branches de spécialisation devant permettre à la fois la croissance économique et la requalification urbaine, tout 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 l'édifice de Jean Nouvel. Cette réalisation s'incorpore dans un substrat historique complexe et intense au plan des représentations produites sur ce quartier symbole de la Révolution Industrielle (**Figure n°2**).

À ce titre, elle répond à une demande sociale et économique du quartier en devenant un résumé du district de l'innovation en 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 du 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 (a).

Dans un deuxième temps, elle se veut la première œuvre architecturale devant lancer le cluster Media-Tic (Tv, communication, image, son, Internet) pour des entreprises qui voudront avoir comme « voisin » la tour de Jean Nouvel (b) et bénéficier de son aura.

Flexibilité et durabilité sont aussi recherchées grâce à la concentration des services administratifs de la société de gestion des eaux et la location de bureaux à d'autres entreprises dans un environnement technologique de qualité et donc adaptatif (c).

Quant à l'innovation, elle est présente dans ses parois s'illuminant la nuit et son 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 (d).

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 entre la population, le message, les couleurs et l'objet architectural (Sanson, 2007 : 294). La *Torre Agbar* est inaugurée officiellement par la famille royale d'Espagne le 16 septembre 2005, prouvant l'importance de l'édifice pour la ville, la région et le pays (e). Forme, fond, apparence, composition et concordance avec le nouveau quartier : l'œuvre de Jean Nouvel existe autrement que par le simple édifice fonctionnel, elle irradie tout un quartier dans sa capacité à résumer à elle seule la nouvelle ambition d'un territoire triplement symbolique dans sa décomposition et représentations parfois contradictoires entre ses habitants, les nouvelles entreprises et les acteurs publics par la création d'une nouvelle image de la ville forgeant un sentiment commun voire une mémoire collective réappropriée (Di Méo, 2006 : 5). Cet espace historique,

symbolique, aux aménités fortes, dispose d'une valeur foncière indéniable, doté d'une œuvre architecturale liant passé et avenir.

1. Usages et mésusages d'un gratte-ciel symbolique : vers la constitution d'une mémoire collective ?

Cependant, il reste des débats autour de sa forme ressentie par la population locale et voulue peut-être par l'architecte (3.1), toutefois, elle s'en émancipe pour des raisons techniques et d'interactivité avec la population (3.2), mais aussi dans la réussite de son rôle dévolu à l'origine : sa capacité à provoquer l'émulation et le processus cumulatif d'implantation d'autres sièges sociaux d'entreprises privées tout en devenant un véritable espace public (3.3).

1.1. De la critique constructive à la critique régressive.

Il faut reconnaître que dès sa construction, la tour intrigue et suscite des expositions comme celle de l'université Diego Portales « *Jean Nouvel en Barcelona : La torre Agbar* ». 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 son 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 souvent². L'un des intellectuels les plus féroces envers l'œuvre de Jean Nouvel est Josep Maria Montaner (2006), chroniqueur des évolutions de sa ville, ne trouvant quasiment aucune qualité à cette tour ; il regrette surtout les décisions de la mairie de Barcelone, qualifiant la

2] <<http://www.elperiodico.com/es/noticias/barcelona/20090405/futuros-arquitectos-juegan-con-los-icomas-clasicos-bcn/print-8910.shtml>> au 01/02/12. Publié le 5 mars 2009. La vision critique d'étudiant et de professeur d'architecture lors de l'exposition sur le Tour Agbar : « Ce que pensent les étudiants des photomontages critiques n'est pas très différent de l'opinion publique qui rappelle une commercialisation excessive de la ville. [...] Nous sommes au point d'inflexion et de la saturation de cette architecture emblématique » dit Madrazo, une étudiante. « 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 se voir comme quelque chose d'étranger et même avec une certaine animosité ».

période de ses quinze dernières années de pire moment pour la ville dans le domaine de l'architecture.

Même si les avis sont partagés, la tour répond à l'attente des investisseurs et des promoteurs du 22@ en permettant une identification précise et sensible entre le 22@ et le gratte-ciel. Lieu symbolique de manifestation (entrée inopinée de jeunes manifestants pour un habitat digne, point de départ de manifestation sur la Diagonal, passage de manifestations ou du Tour de France 2010 tout proche), la tour subit parfois sa localisation symbolique et sa capacité à imposer un « rendez-vous au pied de la tour » car elle bénéficie d'une esplanade et d'une ouverture sur la Diagonal pour les défilés ou d'un espace public pour skateurs à proximité des écoles toutes proches où les familles se réunissent.

Quant à son évocation comme menhir, geysir, suppositoire ou autres objets, elle tend à s'en défaire sur le long terme selon l'auteur : « *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 de Montserrat. 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* » (Nouvel, 2006). On relève des allusions à l'aspect phallique de la tour, montrant néanmoins un sentiment d'appartenance et d'identification de celle-ci comme symbole réducteur, mais efficace dans les généralisations. Des similitudes avec la flèche d'argent pour New-York, le « Cornichon » de Londres de Norman Foster, l'épi de maïs du Marina City Tour de Goldberg à Chicago 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. 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 catalanes.

1.2. Son et lumière pour une cité digitale et gratte-ciel interactif.

Que se soit sur la base de concours ou de classements, nombreux dans la presse, comme l'une des meilleures architectures du début du ^{xxi}^e siècle 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. L'audace réside dans sa capacité à projeter une image supplémentaire 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 eaux. La publicité et la dimension interactive de l'œuvre sont soulignées par bon nombre de critiques d'art et de design à travers le monde, montrant que l'œuvre intrigue et apporte une réflexion supplémentaire au concept de ville et d'architecture digitale, par sa capacité à projeter un message grâce à une façade multimédia (Pisonero, Anrubia, 2010). Si la débauche d'énergie, l'empreinte carbone et le coût de sa rénovation sur le long terme ne sont pas directement rappelés (Paquot, 2008), le fait de proposer une façade visible depuis de multiples endroits 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 ou en voiture, de l'ouverture de sa fenêtre sur l'édifice et du climat. Des similitudes sont présentes avec la future Tour Odéon de Monaco dont les scintillements répondent aux flots des vagues de la mer toute proche, ou la Tour Montparnasse se parant d'une couverture Led violette pour mieux souligner ses formes depuis deux ans. Les journées mondiales de lutte contre le cancer du sein (symbole rose) et l'autisme (symbole bleu) ou d'autres associations médicales ou caritatives trouvent un relais



Figures n°3 : La Tour Agbar interactive :
 journée de l'autisme et de lutte contre le cancer du sein. Agbar 2010-1012⁹
 et Contre la Tour Agbar et le transfert des eaux de l'Èbre, 2007. « Ne nous trompons pas ! Le Transfert = appropriation de
 l'Eau et de l'argent public par la compagnie Agbar et la Caisse d'Épargne de Catalogne »

dans la tour, qui s'habille aux couleurs de la manifestation. Elle peut aussi devenir un compteur horaire géant pour l'annonce de la nouvelle année sur TVE Espagne monde, renforçant le soir de la Saint-Sylvestre l'identification de Barcelone avec la Tour Agbar illuminée pour l'occasion sur le modèle de Time Square à New York.

Enfin, les critiques contre le transfert des eaux de l'Èbre vers la Catalogne se retrouvent dans des manifestations et des banderoles reprenant l'édifice comme symbole négatif de la compagnie des eaux planifiant cet aménagement (**Figures n°3**). L'association positive ou négative est donc possible, mais renforce une vocation de l'édifice à être une architecture symbolique en endossant les emblèmes de manifestations ou de campagnes caritatives.

1.3. Entre architecture de signature et recherche d'une identité et croissance urbaine

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 et architecturale de la ville, la complète et apporte une interactivité et une identité méditerranéenne certaine. *Totem et Catastrophe* pour Luis Fernández-Galiano critiquant une architecture pour une culture de masse dans *Architectura Viva, Espace de passage*

et de transition pour José Manuel Ballester (prix du meilleur photographe d'architecture en 2012), symbole annonciateur d'une nouvelle Barcelone, source d'inspiration pour les autres architectes présents à Poblenou qui, en arrière-plan de leur projet d'architecture, montrent l'œuvre de Jean Nouvel comme point de repère dans leurs infographies (Cf. exemple du nouveau marché couvert de Poblenou).

Pour Barcelone, en quête de compétitivité et d'originalité, il est nécessaire de recréer un esprit du lieu et de l'entretenir en liant 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 à la volonté de dépasser les frontières établies en ce domaine avec une campagne de classement patrimonial d'une centaine de bâtisses jugée de valeur au plan de la protection d'un patrimoine industriel et de dialogue avec la population locale revendiquant leur sauvegarde (Ballester,

2013b). La logique créative et foncière d'un cluster menée par une agence municipale affronte la logique d'une population souvent locataire se faisant de fait critique social des transformations paysagères de leur quartier (Archive historique de Poblenou, 1998 - Martí 2008), renvoyant à des prises de position caricaturales comme dans le film « *Main basse sur la ville* » de Francesco Rossi (1963) entre l'entrepreneur Nottola et le politique De Vita. 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 ainsi que le triangle bleu - Palais Forum - d'Herzog et De Meuron sur l'espace Forum 2004 (Borja, 2004).

Une autre architecture symbolique est critiquée, celle des gratte-ciel de l'opération Forum (Ballester, 2007). Un processus de gentrification se perçoit dans les friches urbaines hautement spéculatives recherchant l'attraction d'une population aisée en lien avec le tourisme et l'interface maritime comme bien auparavant dans les années 1960 pour ce même quartier (Checa, 2003). D'ailleurs, l'intellectuel et architecte Manuel de Solà-Morales, porteur de la notion de projet urbain en relation avec l'identité et l'histoire d'un quartier, y trouve son premier terrain d'étude et de recherche sur le nouveau projet urbain (Solà-Morales, 1974 - décédé en 2012). Il ne faut pas oublier que les questions des logements d'ouvriers ou des centres de loisirs et de récréation (Huertas, 2001) et celle des axes de circulation (Busquets, 2004 : 330-334) font écho aux mêmes préoccupations de la population locale des années 1960/1970. Dans un contexte de revendication exacerbée et de critique d'une politique de régénération urbaine (Capel, 2005 : 17-24), la réalisation de la Tour Agbar risque d'être dès le départ sujette à controverse et d'acquiescer une image négative sur la décennie 2000. Néanmoins, les manifestations des habitants n'ont curieusement pas pris pour cible la Tour Agbar, mais les immeubles de l'opération Forum et le complexe Diagonal Mar avec le slogan et le logo même de la

manifestation internationale du Forum Universel des Cultures 2004 détournés par des banderoles de manifestation ou des bandeaux aux balcons avec comme thème principal la spéculation immobilière et ses conséquences (Ballester, 2013c).

Dès lors, c'est à partir de l'îlot Cerdá que l'on doit réaménager, remodeler, réaffecter et dissocier le quartier du reste de la ville. En conséquence, les formes d'incorporation des projets dans l'îlot sont démultipliées dans une volonté de rompre en partie la monotonie du tracé de Cerdá et ses évolutions contemporaines. Des résultats probants montrent le décollage du cluster Media avec tout autour du gratte-ciel de Jean Nouvel les immeubles D197, D199, Indra, Media-Tic, Interface, CMT, 3 hôtels de standing. La population s'adapte à cette nouvelle donne foncière par le biais des comités de quartier soucieux de voir leurs espaces publics profiter de la manne financière afin d'être revalorisés : les habitants agissent dans le sens de la redéfinition du projet 22@ (Arroba. S.a.u., 2010). Mais ces résultats restent fragiles du fait du contexte économique espagnol et européen. Concrètement, en dix ans d'action, 1502 entreprises se sont implantées à Poblenou, ainsi que 12 centres de recherche et de développement. Des établissements supérieurs se sont implantés dont 5 universités, 3 écoles de commerces, 2 écoles de design et 2 écoles de communication-marketing (Casellas et Pallares-Barbella, 2009). Il s'agit non plus d'un territoire pauvre, mais riche, car en dix ans de mutation le volume des transactions s'élève à plus de 6 milliards d'euros. Au plan méta-historique, une réussite certaine du projet est à entrevoir : en 2008, le Poblenou a totalisé davantage de créations d'emplois qu'à l'époque de l'antique zone industrielle, il y a quarante ans au plus fort de son activité, soit 40 000 emplois actuellement contre 35 000 au moment du sommet industriel des années 1955/1965 (Sodupe, 2007). Restent cependant des tensions urbaines qui montrent le manque de concertation ou d'obligation dans le partage foncier, sans parler de possible grave corruption dans le domaine

politique récemment mise à jour. Pourtant, si la Tour Agbar représente un point de repère et une zone focale d'interactivité avec la population comme emblème de la nouvelle Barcelone, 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 ?

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

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

2.1. De la manipulation programmée par les acteurs publics catalans.

Si l'on replace la création de l'édifice 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, de la municipalité et de l'office du Tourisme, veulent proposer dès le départ une fonction de *bâtiment symbolique*, *image source répétitive* par une série de déclinaisons 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 comme 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, mêlant innovation, nouveau gratte-ciel et nouvelle gare AVE toute proche pour les hommes d'affaires. Elle devient symbole du renouveau économique du quartier et de la nouvelle donne foncière par l'apparition d'un gratte-ciel (**Figures n°4**). Les responsables du tourisme et du patrimoine de la Généralité demandent 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 1 500 réponses. Depuis 2004, la Généralité l'impose sur son prospectus touristique tiré à plus d'un million d'exemplaires dans sept langues, en quatrième de couverture, aux côtés du Christ roman, du Barça et d'une fête traditionnelle. *Bus touristic*, *Barcelona City Tour* et *Barcelona Daily smart Tour*, dernières compagnies touristiques en date dans la métropole catalane, proposent en 2009 un



Figures n°4 : Publicité de la Barcelona Activa/22@. 2008, Barcelona Activa®. Avec l'aimable autorisation du 22@. Un jeune couple à la découverte de Barcelone. Image du spot publicitaire « Necesito España ». 2011. Avec l'aimable autorisation de l'OTE®

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 ; de même, la silhouette de la tour s'invite sur les diverses cartes touristiques gratuites. 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 du génie catalan.

Les efforts sont aussi faits 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 ». Quant aux responsables du pavillon barcelonais de l'exposition universelle de Shanghai 2010, ils imposent l'image de la tour et du quartier 22@ comme scénographie principale de leur espace de promotion. De multiples images reprennent donc les formes de ce gratte-ciel, dont les vidéos de l'Office du Tourisme d'Espagne et sa nouvelle campagne lancée en 2009, « *Necessito Espanya* », où le spot numéro 4 représente un couple à Barcelone, à la découverte de l'œuvre de Gaudí et de la nouvelle ville grâce à la tour Agbar inspirée de la Sagrada Família (**Figures n°4**).

2.2. De l'incorporation d'un gratte-ciel dans les référents culturels barcelonais : entre combinaison et manipulation.

Dans un second 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 Tour Agbar dont la présence ajoute un surplus de modernité et d'innovation, avec sa couverture bien distincte des autres monuments qui figurent dans une publicité de 2004 sur un magazine gratuit de la presse catalane à large diffusion.

Néanmoins, la tour peut s'échapper du monde urbain et se positionner comme

élément ludique, point de repère de l'espace sportif grâce à sa ressemblance avec le petit drapeau marquant un trou de golf.

Au contraire, elle reprend tout naturellement sa place au sein de la ville pour marquer une opposition, une complémentarité et une ressemblance avec la Sagrada Família. 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. D'autres illustrations se rapprochent du « *joke* », ce sont des cartes fantaisistes avec ou sans message. L'une détourne l'image, en remplaçant la tour par un missile, une autre la transpose ailleurs, comme à Villaviciosa del Odon, 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 ; elle s'impose comme valeur sûre des ventes. Trois cartes postales avec la tour Agbar sur les dix plus vendues deviennent des référents identitaires forts au plan international par leur diffusion.

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 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 Família et Casa Batlló³. Les photographes professionnels et chefs d'entreprises produisent de nouvelles cartes comme la collection 2007 d'Escut d'Or. La

3 | <<http://www.saknoel.com/videos>> au 01/07/11 Site officiel de Sak Noel avec le clip « *Loca People* » et <<http://www.lavanguardia.com/musica/20111025/54235800089/sak-noel-no-me-he-inventado-el-turismo-de-borrachera-solo-le-he-dado-un-aire-comico.html>> au 01/02/12, interview de Sak Noel : « *Son créateur, Sak Noel (Girona, 1983) se montre convaincu que l'ironie ne doit pas fournir de confusion à l'étranger ou au sein de la Catalogne, parce que les images ont cet air de bande dessinée, avec les sous-titres et les dialogues, qui montrent que c'est une parodie à l'encontre des excuses classiques pour le tourisme d'ivresse.* » 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.



Figure n°5 : Carte postale mosaïque de Barcelone, Avec l'aimable autorisation d'Escut d'Or[®], « Barcelone, c'est bien plus », brochure n°11 de l'OTB[®], Invitation à la Festa Major alternative de 2009 de Poblenou « Viens déguisé en cyberpunk, apporte ta bicyclette, viens prendre un verre. Construisons notre quartier. » Flyers.

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 des maisons de Gaudi (**Figure n°5**). Les cartes mosaïques de Barcelone voient l'empreinte de la tour Agbar se répéter et tenir une place quasi identique à la Sagrada Família, elle figure même sur les affichettes annonçant des fêtes alternatives de quartier, et devient l'emblème de la principale brochure touristique de Barcelone distribuée à l'étranger rappelant ses origines légendaires.

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, avec une tour Agbar habillée par une jupe de haute couture⁴. L'œuvre, son interprétation et ses détournements tendent à acquérir une autonomie dans la production de ses représentations par des acteurs multiples et s'imposent comme substrat d'imaginaires féconds et divers. 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-publics de la région métropolitaine avec, à la fin de l'annonce du journal de la matinée pour la Barcelona TV, un plan d'horizon lointain sur la ville au petit jour, la Tour Agbar au premier plan. Dans la série documentaire de ladite chaîne de télévision, intitulée « *l'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 dans les publicités vantant d'autres ouvrages d'architecture. Le bus touristique officiel de Barcelone véhicule une image quotidienne de la Tour Agbar à travers les rues les plus commerçantes et touristiques

4| Au cinéma, la tour a pour fonction d'être un belvédère ou un point de repère, un symbole d'une période de bonheur ou de crise. Dans le film culte de John Carpenter « *New York 1997* » (1981), le héros, Snake Plissken part à la recherche du Président des États-Unis, il trouve dans le World Trade Center une piste d'atterrissage pour son planeur dans un New York underground véritable prison à ciel ouvert ainsi qu'une « *formidable vue, depuis ici, on domine toute la ville* ». Le WTC est symbolique par son nom faisant référence au marché mondial qui rentre en ligne de compte dans les projets des terroristes. Il redevient symbole de renaissance et porteur de valeur universelle par sa hauteur avec le One WTC, future tour de la liberté mesurant 1776 pieds, la date d'indépendance des États-Unis. Enfin, il représente un objet contemporain identifiable par tous comme emblème de la puissance, du luxe, du risque et de la fête comme dans le rêve du chanteur Chris Brown dans son vidéo clip musical « *Don't wake me up* » (2012) recherchant l'amour dans des nuages où ne dépassent que les gratte-ciel des Émirats dont le Burj Abu-Dhabi. Le même Burj devient une scène principale d'un film « *Protocole fantôme* » (2011) avec Tom Cruise, à la fois pour promouvoir l'édifice et surtout financer les équipes de tournage trouvant dans les Émirats une facilité d'action et des paysages urbains contemporains d'une grande force d'évocation comme pour le vidéo clip du chanteur Florida « *Wild ones* » (2012) proposant une promotion de l'architecture de hauteur de Dubaï à des fins de communication globale pour une *dance music* écoutée dans le monde entier.

de la capitale catalane, l'affichant en dessin géant sur les deux flancs du bus avec le monument à Colomb, la Rambla del Mar et la Sagrada Família. La vente de tableaux reproduits à l'échelle commerciale se retrouve dans les Ikea ou dans des boutiques branchées de Barcelone commercialisant le nouveau *skyline*. En outre, les peintures sur la tour de Jean Nouvel commencent à être un grand classique des jeunes artistes catalans exposant leurs premières œuvres tout comme leur capacité à reproduire sans le savoir les mêmes couleurs dominantes de la tour, bleu et rouge, couleurs reprises dans les magnets et les logo des T-shirt de la ville non officiels. 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. Par ailleurs, dans les magazines et ventes privées d'appartements sur Poblenou, bien souvent les photographies de chambres ou de salons disposent d'un arrière-plan sur la tour ; et nombreux sont les blogs de voyageurs proposant une vue depuis la terrasse de leur immeuble lors d'une location d'une semaine ; quant à Alain Robert, le Spiderman français, il grimpe les immeubles les plus emblématiques du monde, dont la tour Agbar.

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

Concernant le paysage urbain de Barcelone dans sa globalité et l'incorporation de la tour Agbar dans son skyline et ses différents panoramas de la ville, certaines métropoles, comme Los Angeles, Rio de Janeiro et Barcelone, disposent plus que d'autres d'une capacité à résumer leur silhouette tout comme leur ouverture architecturale à l'horizon à partir d'aménités géographiques évidentes (Sanson, 2010). La représentation de ces trois ports, depuis la mer ou une hauteur, en renforce l'identité et l'impression de leur puissance (Fournier, 2005).

Le premier reportage cinématographique en 1898, réalisé par des employés des frères Lumière, se déroule depuis l'entrée dans le port de la ville vers le monument à Colomb pour Barcelone. 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 ce 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 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 des monuments et un déroulement des principaux édifices architecturaux emblématiques de la ville. Le fait est que l'ensanche offre une vue sur des îlots d'habitation uniformes hormis aux limites de la ville et sur la Diagonal (constructions des années 1950/1970), permettant actuellement de voir apparaître des éléments rompant la monotonie du paysage urbain en raison 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 ce secteur. 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. À chaque nouvel élément de construction, des journaux locaux peuvent introduire une nouvelle architecture symbolique de Barcelone avec, dans le cas d'*Avui*, une mise en avant du monument et de son enveloppe de métal et de verre (**Figures n°6**). La tour Agbar s'intègre 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 la région de Catalogne jouent aussi sur les similitudes entre tour Agbar et Montserrat, véhiculant le message d'authenticité et de similitude avec les éléments de la nature ou d'une montagne sacrée. 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 (**Figures n°6**). L'importance de la manipulation de ce panorama reconstitué et l'incorporation parfois désordonnée de prises de vue laissent à penser que la mercatique du projet urbain barcelonais marche par imposition de grandes réalisations architecturales, souvent en lien avec les interfaces naturelles de la ville pour asseoir et légitimer une politique de prestige de grands travaux. La capitale catalane assume une vision de ville en progrès, voire progressiste par l'architecture symbolique tout au long de ces 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.

Enfin, c'est à partir de la mer que se construit la vision de la ville comme une mise en ordre, une reconfiguration de la cité et de ses représentations à des fins de mise en perspective 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 1992. La tour Agbar ressort de plus de 50 compilations de silhouettes de ville recensées en 8 ans, à hauteur égale des autres monuments, dont la Sagrada Família, pour permettre une meilleure lisibilité de l'ensemble comme pour ne pas déprécier la mairie, entre les deux édifices, de hauteur plus modeste.

En ce sens, la tour intègre le classement des œuvres incontournables de la ville faisant partie de son imaginaire et des 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 participatif à l'histoire de la ville (Ferrás, 1990). Mais en contrepartie, depuis quatre ans, l'œuvre échappe aux concepteurs et

devient objet d'une mythologie urbaine, par exemple avec les couleurs principales de la tour rappelant pour certains celles du Football Club du Barcelone, « *Barça* », alors qu'il n'en est rien.

La déclinaison de l'œuvre de Jean Nouvel montre que la tour Agbar s'insère dans des référents identitaires de localisation, d'identification, de manipulation et d'introspection d'une ville à travers son passé et son avenir. 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 à partir des sphères de représentations citoyennes et d'entreprises publiques et privées aux buts parfois opposés.

Début 2012, la tour Agbar a finalement atteint son objectif : entrer dans les mémoires et l'imaginaire collectif d'une capitale régionale européenne mondialement connue au plan touristique. Elle s'est rapidement convertie en une icône architecturale, changeant fondamentalement le panorama de la ville tout en évoluant dans le jeu complexe des représentations, s'émancipant de ses concepteurs pour devenir autonome ou comme objet de reformulation de légende urbaine (Gavari-barbas, 2010 : 117). Josep Acebillo, responsable de l'urbanisme barcelonais (1993-2012) et de la planification métropolitaine à travers la Barcelona Regional, souligne que l'édifice de Jean Nouvel est une « *nouvelle ligne d'horizon de la Barcelone moderne et attractive* » (Acebillo, 2004).

Une architecture symbolique est souvent l'émanation d'un espace symbolique. Une alliance entre la mercatique urbaine d'une agence municipale d'investissement et la réussite architecturale d'une œuvre de notoriété mondiale, procure à l'œuvre architecturale une fonction d'instrument majeur de communication du 22@ à l'échelle nationale et internationale : le passage d'une architecture symbolique à un quartier symbolique est probant. La tour Agbar est aussi présente dans les représentations



Figures n°6 : Incorporation de la Torre Agbar dans la silhouette de la ville : collage de panoramas identitaires.
 Panorama de Barcelone en 1535. La ville dans sa globalité depuis Montjuich. Anton van den Wyngaerde.
 Panorama de Barcelone en 1910, juste après l'exposition universelle de 1888, Le monument à Colomb.
 Panorama depuis l'intérieur des terres, 2010, PB, les 5 points focaux de localisation.
 Panorama, silhouette de la ville du journal Avui, 2009, Avec l'aimable autorisation du journal catalan®.
 Panorama, silhouette de la ville du journal, Barcelona Friends, 2010, ®.
 Panorama, silhouette de la ville du colloque de tourisme à Barcelone, 2012.
 Panorama, silhouette de la ville du port olympique et école de voile, Avui, 2008, brochure publicitaire ®

bien au-delà de son apparence première, grâce à des surnoms donnés par la population comme pour mieux la personnifier et la rendre identifiable ou en communion avec les mots d'esprit catalans : entre compilation, distorsion et uniformisation des visuels, elle détient les caractères d'une architecture symbolique irradiante. La tour Agbar est à la fois l'objet de campagnes pour un tourisme de masse et une niche pour les voyages d'études d'architectes de maintes écoles européennes. Enfin, la tour permet le passage du bâtiment à la métropole par son inscription dans la silhouette de la ville, qui s'en trouve profondément modifiée, comme Londres et son nouveau quartier d'affaires. L'œuvre de Jean Nouvel s'intègre parfaitement dans le panorama, et plutôt que marquer une rupture, elle trouve sa place dans la ligne d'horizon comme une hausse de la courbe des tensions du cœur d'un électrocardiogramme.

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. Pourtant « *nous nous tourmentons encore pour imaginer comment on peut 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 tout autour d'elle. Le voisinage de la tour Agbar et l'espace public fragmenté entre le centre commercial des Gloires et des hôtels de luxe laissent pour l'instant un lieu en devenir. L'approbation par le conseil municipal en 2011 de la requalification du rond-point des Gloires

Catalanes va procurer à l'édifice un espace public requalifié, avec de la verdure en lien direct avec le musée du Design. L'ensemble paraîtra moins chaotique, se débarrassant des passerelles du périphérique intérieur voué à disparaître, tout en se rapprochant des réseaux de transports et de commerces en tout genre pour une véritable mixité urbaine (Firely, Gimbal, 2011 : 38). Pour Jean Nouvel, son œuvre est symbole d'une identité forte à travers les référents identitaires de la Catalogne et non pas, comme le dit le professeur J-M. Montaner, un exemple de la mondialisation et de l'uniformisation des architectures. Le débat reste entier, mais nous engage à penser qu'une architecture symbolique naît de sa localisation, des controverses et de ses multiples représentations.

Bibliographie

- Ábalos, I.**, (2001), « Latin american architecture today », in *Harvard Design Magazine*, Harvard, pp.2-8.
- Acebillo, J.**,(2005), « 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*, p.11.
- Agbar**, (2012), <<http://www.torreagbar.com/home.asp>> au 01/02/12. Site officiel de la tour.
- 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>
- Arroba S.A.U.**, 2010, *22@Barcelona : 10 years of economic growth*, Barcelona : Barcelona City Council, en ligne <<http://www.22barcelona.com/content/view/887/90/lang,en/>> consulté le 01/04/2011.
- 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.**, (2013a), « 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.**, (2013b), « 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).
- Ballester Patrice**, (2013c), « Quartier d'artistes versus cluster numérique. Entre conflit foncier et production d'un nouvel espace créatif : le 22@ de Poblenou à Barcelone », in *Territoire en mouvement*, n°18-19, juillet 2013, juillet 2013, 17 p.
- 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: .30 Ed., 181p.
- 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.
- Casellas A., Pallares-Barbella M.**, 2009, Public-sector Intervention in Embodying the New Economy in Inner Urban Areas: The Barcelona Experience, *Urban Studies Journal Limited*, 46 (5-6), Oxford: SageOnline, p.1137-1155.

- 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 », 88p.
- Didelon, C.**, (2010), « Une course vers le ciel : mondialisation et diffusion spatio-temporelle des gratte-ciel », in *M@ppemonde*, n°99 pp. 1-17.
- 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.
- Firley, E., Gimbal, J.**, (2011), *La tour et la ville, manuel de la grande hauteur*, Paris, Parenthèses, 264 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 *Espaces urbains à l'Aube du XXI^e 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), "Skyscraper 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 Democracia y buen Gobierno*, Barcelona: UB, en ligne.
- 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.
- Nouvel J.**, (2005), « Propos sur la tour Agbar au moment de l'inauguration », Site officiel de Jean Nouvel, au 01/02/12. <<http://www.jeannouvel.fr/francais/preloader.html>>.
- Nouvel J.**, (2006), « El supositorio de Agbar se eleva a los cielos con rapidez », Interview de Jean Nouvel, le 20 février 2006, <<http://www.20minutos.es/noticia/92187/0/Torre/Agbar/Nouvel/publicado>>.
- 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 Éditeur, 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 six, 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
- San Frax, J.**, (2011), « Totem sans tabou, le bâti plébiscite le "très bien monté". Hasard ou nécessité ? », *Citizen K*, Paris, pp. 270-271
- 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.
- Sodupe M.**, 2007, *Un nouveau front de mer pour Barcelone : le projet Besós-Forum*, *Cahiers de l'IAURIF*, n°146, p.69-76.
- 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.

ARCHITECTURE SYMBOLIQUE

et renouveau d'espaces marginalisés

Actes du colloque international de Clermont-Ferrand | du 20 au 22 mars 2012

L'exclusion d'un espace, puis sa marginalisation, est un processus plus ou moins durable. Sa réintégration, économique, sociale et politique, résulte de nombre de facteurs, dont l'implication d'acteurs innovants. Parmi les outils à la disposition de ces avant-gardistes figurent les projets urbains et architecturaux. Cet ouvrage propose à la fois une réflexion, sur les représentations et les attendus, et une présentation de situations locales, concrètes, relativisant les discours.

Franck Chignier-Riboulon est professeur de géographie et aménagement à l'université Blaise Pascal de Clermont. Il est membre du laboratoire CERAMAC, dont les recherches sont notamment orientées vers les espaces fragiles, considérés dans une perspective positive, de résilience et de renouveau. Il a récemment publié les Quartiers disqualifiés français (2014) et a codirigé (avec Anne Garrait-Bourrier) l'ouvrage Les minorités isolées en Amérique du Nord (2013).

Mathieu Alaimé / Patrice Ballester / Franck Chignier-Riboulon / Mustapha Chouiki / Tatiana Debroux / Valérie Foucher-Dufoix / Hervé Gaff / Valérie Helman / Christian Jamot / Anna Juan Cantavella / Irena Latek / Arbil Otkunc / Nabila Oulmane-Bendani / Richard Pointelin / Nora Semmoud / Nathalie Simonnot / Julio Villar Castro



ISBN 978-2-905108-09-8



9 782905 108098

15 euros

