



HAL
open science

**La silhouette d'une ville comme un outil marketing,
touristique et économique pour les grandes capitales
européennes ? Barcelone, de la Tour Agbar au district
créatif 22@**

Patrice Ballester

► **To cite this version:**

Patrice Ballester. La silhouette d'une ville comme un outil marketing, touristique et économique pour les grandes capitales européennes ? Barcelone, de la Tour Agbar au district créatif 22@. Symbolic architecture and the revival of marginalized spaces, CERAMAC; Ecole d'architecture de Clermont-Ferrand., Mar 2012, Clermont-Ferrand, France. 9p. hal-03999745

HAL Id: hal-03999745

<https://hal.science/hal-03999745>

Submitted on 21 Feb 2023

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.

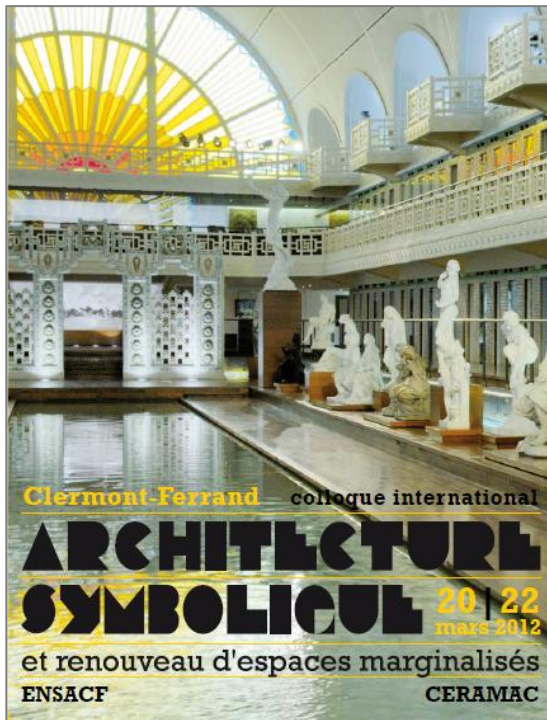
L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

ARCHITECTURE SYMBOLIQUE

et renouveau d'espaces marginalisés

MSH | Grand Amphithéâtre 219



La «silhouette d'une ville» comme un outil marketing, touristique et économique pour les grandes capitales européennes ? Barcelone, de la Tour Agbar au district créatif 22@

Patrice BALLESTER

Ater à l'université de Pau et des Pays de l'Adour. Chercheur associé au lab. GEODE UMR 5602 – axe paysage urbain. Pour l'axe 4 Labellisation.

L'objet de cette communication est de mettre en lumière l'expression, «silhouette de la ville» différente du *skyline*, ligne d'horizon d'une ville ou panorama général, ceci à partir de notre terrain d'étude, Barcelone, avec le quartier 22@ et son emblème : la Tour Agbar de Jean Nouvel. Notre problématique générale repose sur le fait de comprendre à partir de quand une architecture devient symbolique et digne d'être insérée dans les référents identitaires visuels, littéraires, touristiques et commerciaux d'une ville. Notre raisonnement se décompose en trois parties.

1. *Méthode/précis de construction d'une architecture symbolique dans une grande ville européenne*

À partir de la tour Agbar et du quartier 22@, nous décryptons les différentes étapes et les jeux complexes d'acteurs permettant de proposer un paysage urbain à la fois moderne et traditionnel dans sa capacité à s'insérer dans une culture à la fois méditerranéenne, européenne, mondialiste et catalane.

La Tour Agbar est l'émanation d'une pensée à la fois mercantile, esthétique et communicante. Cela se retrouve dans les collaborations étroites des acteurs de ce projet : quatre éléments sont identifiés. Les responsables des services de l'urbanisme de la ville, ceux du quartier innovant 22@, l'Office du Tourisme et des Congrès, l'entreprise des Eaux municipales et régionales Agbar. Par une collaboration secteur public/privé, on analyse les trois étapes de la création d'une architecture symbolique aux multiples fonctions.

Plus qu'une tour, c'est un objet marketing et touristique évident.

Première étape : rechercher une architecture témoignage de ce que sera le futur quartier 22@ pour les 20 ans à venir, choisir un gratte-ciel comme emblème d'un quartier que l'on veut innovant et visible de tous où que l'on se trouve en ville de jour comme de nuit par des artifices de lumière Led.

Deuxième étape, lancer un concours international et permettre à l'artiste - architecte de proposer un objet visuel dont le cahier des charges comporte des impératifs de hauteurs, de respect de la culture locale, tout en devenant une attraction touristique majeure.

Troisième étape, faire de l'œuvre un emblème de référence pour la communication institutionnelle, de congrès et de centre d'affaires par l'usage répété de sa physionomie sur les guides, plan officiel de la ville, site internet de l'office du tourisme et plaquette publicitaire en direction de la relocalisation d'entreprise de pointe.

Le but est la réindustrialisation d'un quartier historique barcelonais à travers l'économie et les industries de la technologie de l'information et de la communication.

2. Un paysage urbain comme objet de multiples représentations

Néanmoins, malgré une programmation de marketing urbain ultra maîtrisée, planifiée sur plus de dix ans, une infrastructure-architecture ne dit pas nécessairement acceptation par tous du nouvel objet urbain ou landmark. Des polémiques peuvent subvenir et apparaître comme des usages « autres », informels ou insoupçonnés du bâtiment tout comme le ressenti des intellectuels en passant par la population locale, ici, le *barri* de Poblenou. Immanquablement celle-ci s'inscrit dans un héritage/patrimoine urbain millénaire, elle doit trouver sa place parmi d'autres références architecturales, sculpturales ou reliefs de la ville.

C'est l'objet de cette seconde partie qui décryptera les 18 points de référence faisant la silhouette de la ville à travers les photomontages de particuliers, d'artistes, site internet touristique, carte postale insérant la Tour Agbar comme nouvel objet de référence socioculturel.

On aboutira à la conclusion que la Tour Agbar est un objet de polémique somme toute mineur, que cette polémique sert aussi à sa renommée et légitimation d'architecture symbolique, tout en étant largement reprise par des intervenants extérieurs, signe de qualité et de consensus. Le langage et expression locale cocasse renforcent un sentiment d'appartenance.

On identifie 4 étapes d'appropriation : visuelle, photomontage simpliste, photomontage recherché, presse grand public et presse spécialisée.

3. De l'architecture d'un bâtiment à sa «résonance» pour tout un quartier (le 22@) et une métropole touristique de rang mondial

L'architecture symbolique s'inscrit dans une politique de rupture avec le passé fonctionnel du quartier industriel de Poblenou dans une conciliation entre modernité et tradition.

C'est ce que l'on observe à travers les autres bâtiments entourant l'édifice de Jean Nouvel comme le CMT, l'édifice Média-Tic ou Can Jaumandreu.

En conclusion, l'association d'acteurs et de vision complémentaires de ce que doit être une architecture de signature est indéniablement à l'origine de la conceptualisation et diffusion de l'architecture symbolique suivant des impératifs économiques, culturels et touristiques.

Celle-ci doit composer avec le passé architectural de la ville et ses temporalités complexes. Le regard du touriste intervient aussi dans la construction d'une architecture et d'un urbanisme symbolique. Tout au long de notre développement, nous ferons référence aux travaux de Manel Castells, Jean-Paul Volle (mon directeur de thèse), Saskia Sassen, Jean-Louis Cohen, Robert Ferras, Kevin Lynch, François Tomas et Zukin. De brefs parallèles avec Moscou, Milan, Séville, Los Angeles, et Shanghai sont aussi mobilisés.

The "silhouette of a city" as a marketing, tourism and economic tool for major European capitals? Barcelona, from the Agbar Tower to the 22@ creative district

The object of this communication is to highlight the expression, "silhouette of the city" different from the skyline, skyline of a city or general panorama, this from our field of study, Barcelona, with the 22@ district and its emblem: the Agbar Tower by Jean Nouvel. Our general problem is based on understanding when an architecture becomes symbolic and worthy of being inserted into the visual, literary, tourist and commercial identity referents of a city. Our reasoning breaks down into three parts.

1. Method/precise construction of a symbolic architecture in a large European city

From the Agbar tower and the 22@ district, we decipher the different stages and the complex interplay of actors making it possible to propose an urban landscape that is both modern and traditional in its ability to fit into a culture that is both Mediterranean, European, globalist and Catalan.

The Agbar Tower is the emanation of a mercantile, aesthetic and communicative thought. This is reflected in the close collaboration of the actors of this project: four elements are identified. The heads of the city's urban planning departments, those of the innovative 22@ district, the Tourist and Convention Bureau, the municipal and regional water company Agbar. Through a public/private sector collaboration, we analyze the three stages of the creation of a symbolic architecture with multiple functions.

More than a tower, it is an obvious marketing and tourist object.

First step: look for an architecture that bears witness to what the future 22@ district will be like for the next 20 years, choose a skyscraper as the emblem of a district that we want to be innovative and visible to everyone wherever we are found in the city day and night by LED light devices.

The second step, launch an international competition and allow the artist-architect to propose a visual object whose specifications include imperatives of heights, respect for local culture, while becoming a major tourist attraction.

Third stage, do the work a reference emblem for institutional communication, conferences and business centers by the repeated use of its appearance on guides, official city plan, website of the office of the tourism and advertising brochure in the direction of the relocation of high-tech companies.

The goal and the reindustrialization of a historic district of Barcelona through the economy and the industries of information and communication technology.

2. An urban landscape as an object of multiple representations

Nevertheless, despite an ultra-controlled urban marketing program, planned over more than ten years, an infrastructure-architecture does not necessarily mean acceptance by all of the new urban object or landmark. Controversies can arise and appear as “other”, informal or unsuspected uses of the building, as well as the feelings of intellectuals through the local population, here, the barri of Poblenou. Inevitably it is part of a thousand-year-old urban heritage/heritage, it must find its place among other architectural, sculptural or relief references of the city.

This is the subject of this second part which will decipher the 18 reference points making the silhouette of the city through the photomontages of individuals, artists, tourist website, postcard inserting the Agbar Tower as a new socio-cultural reference object.

We will come to the conclusion that the Agbar Tower is an object of controversy altogether minor, that this controversy also serves to its fame and legitimization of symbolic architecture, while being widely taken up by external speakers, a sign of quality and consensus. The humorous local language and expression reinforce a sense of belonging.

We identify 4 stages of appropriation: visual, simplistic photomontage, sophisticated photomontage, mainstream press and specialized press.

3. From the architecture of a building to its “resonance” for an entire neighborhood (the 22@) and a world-class tourist metropolis

The symbolic architecture is part of a policy of breaking with the functional past of the industrial district of Poblenou in a reconciliation between modernity and tradition.

This is what we observe through the other buildings surrounding the Jean Nouvel building such as the CMT, the Média-Tic building or Can Jaumandreu.

In conclusion, the association of actors and complementary vision of what a flagship architecture should be, is undeniably at the origin of the conceptualization and dissemination of symbolic architecture according to economic, cultural and tourist imperatives.

This must deal with the architectural past of the city and its complex temporalities. The gaze of the tourist also intervenes in the construction of a symbolic architecture and town planning. Throughout our development, we will refer to the work of Manel Castells, Jean-Paul Volle (my thesis supervisor), Saskia Sassen, Jean-Louis Cohen, Robert Ferras, Kevin Lynch, François Tomas and Zukin. Brief parallels with Moscow, Milan, Seville, Los Angeles, and Shanghai are also mobilized.



Sound ■ Stop Vol ——— ■



07/1

Les Tres Xemeneies Fin Du XIX^{ème} siècle

Ces trois cheminées situées sur l'Avenida del Paralelo sont le témoignage le plus représentatif de la Barcelone industrielle de la fin du XIX^{ème} siècle. Aujourd'hui, malgré la transformation et la modernisation de la ville, les Tres Xemeneies continuent à évoquer le passé et font partie de la silhouette unique de la ville.

24

AVUI
DIMECRES, 19 D'AGOST DEL 2009



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.



Barcelona

Situación en el plano: I 6

