

Pour une géographie du tourisme...

20. 09. 11

INTRODUCTION

Constat de départ : une différenciation touristique des lieux...

Tous les lieux ne sont pas touristiques. Sans vocation tour. Certains cherchent à le développer mais n'y parviennent pas etc. concentration touristique ici et vide tour. Ailleurs...

Quels en sont les raisons ?

On peut définir dans un premier temps la géo du tour. Comme la science qui traite de la manière dont les humains habitent les lieux tour. Du monde.

Habiter car signal d'un courant de pensée de ces dernières années autour de l'habiter : *habiter* (Stoepel)

A partir de quels processus les humains habitent un lieu. Multiple dimension : spatiale sociale temporelle et symbolique (Norbert Elias) : interdisciplinarités

Approche géo, ne peut pas être complète si l'on ne prend pas en compte les dimensions sociales et historiques : car les lieux ne sont pas toujours tour : à certain moment de l'hist. (MIT : équipe qui a travaillé sur ces « moments » des lieux).

Tourisme : position très marginale auprès de la géo traditionnelle. La géo du tourisme a fait sa percée très récemment. Butler (2004) : adaptation du modèle du cercle de vie des lieux touristiques. Il distingue 3 phases successives au sein de la géo humaine :

1. **Av 1950 : the « descriptive era »** : Travaux en géo sont limités en nombre et sont caractérisés par la description des lieux : géographes généralistes qui sont interpellés par l'émergence des nouveaux sites touristiques... logique d'interpellation du phénomène visible. Mais pas encore de développement de conceptualisations, pas de théories
2. **1950/1980 : the « thematic era »** : approches caractérisées par une forte spatialisation, approche positiviste : accompagner le mouvement du tourisme de masse. Approche qui cherche à classer déjà les phénomènes (tourisme balnéaires, des affaires, etc.).

Les principales interrogations de Stephen Williams 2009) :

- Dans quelles conditions (physiques, éco, sociales) se dvlpe le tourisme (ds le sens du dvlpmt à la fois de la demande de déplacements tour et de l'offre de prestations tour ?
 - Où est-ce que se dvlpe le tour et ds quelle forme ?
 - Comment se dvlpe t-il et par qui ?
 - Qui sont les touristes, quelles sont leurs motivations et quelles st leurs pratique (macro et micro échelles) ?
 - Quel est l'impact du tour sur l'env. physique, éco et socioculturel ?
3. **De 1980 à aujourd'hui : the « era of diversity »** : dvlpmt des marches de niche (éco-tourisme, dév du tourisme patrimonial etc.), tourisme et communautés, tourisme et politiques éco capitalistes, les nouvelles approches de « consommation » tour, tour et branding (idée forte des années 80), le rapport touristique et régénération urbaine, etc....

Le touriste est aujourd'hui acteur et coproducteur du tour qu'il consomme.

PLAN DU COURS

- I. Constitution historique des lieux touristiques
- II. La dynamique des lieux tour (quelles evo au fil de l'histoire !? quelles dynamiques de lieux ?) ex : traites de Brighton, Las Vegas, Dubaï)
- III. Le fonctionnement des lieux tour : quels sont les acteurs qui les font fonctionner !, quelles sont les pratiques des acteurs touristiques, des touristes, des résidents... dans les lieux tour ? (ex : traites Paris Berlin, Barcelone...)
- IV. La manière dst les lieux tour fonctionnent au sein d'un système – régionale, national, international – (plus généralement, l'analyse des concentrations touristiques majeures et par conséquent la différenciation spatiale du tour)

Quelques remarques préalables

Tout déplacement n'est pas du touristique : mobilité sujet cher en géo, ce n'est pas le sujet de ce court : seuls les mobilités touristiques nous intéresse. Déf très complexe de « déplacement » : pas de consensus interdisciplinaire.

Il n'y a pas de def de « tourisme » claire, mais déf du « touriste en 18.. chez Littré et 1875 chez Larousse : « touriste : se dit des voyageurs qui ne parcourent les pays étrangers que par curiosité et désœuvrement, qui font une espèce de tournée ds des pays habituellement visites par leurs compatriotes ».

Crise de 1929 : on cherche mieux à définir le tourisme : on pense qu'il peut avoir des impacts éco, et faire sortir l'éco de la crise (ds une certaine mesure). Les org internationaux déf alors pas du tourisme du touriste. Déf opératoire et pas opérationnelles

En 1937 : Les Experts de la Société des Nations déclare *touriste* « toute personne qui voyage pr son agrément, s'éloigne pendant plus de 24h et moins d'un an de son domicile habituel, le déplacement de moins de 24h étant de excursions ».

C'est cette classification qui a été reprise ap la guerre par l'ONU et l'OMT (org mondiale du tourisme) : en 2010, l'OMT et la omission de statistique de l'ONU, déf le tourisme comme étant : les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours ds les lieux situés en dehors de leur env. habituel pr une période consécutive qui ne dépasse pas une année, a des fins de loisirs, pr affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée ds le lieu visités »

Au niveau internat, on distingue dc :- les *excursionnistes* qui restent moins de 24h / Les *touristes* qui st les autre arrivants : + de 24h moins d'un an / Les *migrants*, qui st les autre arrivants qui, fut ce par l'intention restent plus d'un an et ne peuvent être qualifiés de touristes quelque soit leur titre de séjour.

Le tourisme est une forme de mobilité (car tte mobilité n'est pas tour), on peut distinguer dc le tour des autres pratique de mobilités : pr cela on se calquera sur les déf de **l'équipe MIT** (géographe du tour qui n'existe plus) : 2 critères : la **durée** et le **motif** du séjour.

- **Pratiques qui relèvent du quotidien : choix/familier/proche/non exotique**
- **Pratique non-quotidiennes : obligation/étranger/lointain/exotique**

Différenciations :

1) mobilité contrainte ou choisie

2) pratique habituelle ou routinière ds le tps et les lieux du quotidien / pratique plus occasionnelle ds le tps et les lieux du hors quotidien

3) distance physique + ou – importante

Et surtout 4) la distance sociale, culturelle et historique ac les lieux

Parmi ces 4 critères il y en a 2 qui sont discriminant pour distinguer le tourisme des autres formes de mobilités : le **choix** et le **hors quotidien** (rentre dans les champs des loisirs). Ce qui différencie le loisir du tourisme étant l'appartenance du tourisme au hors quotidien.

	Lieu du quotidien	Lieu du hors quotidien
Pratiques du quotidien	Mobilités liées au travail	Voyages d'affaires
Pratiques du hors quotidien	Mobilités liées aux loisirs	Tourisme

Faire du tourisme signifie ainsi quitter temporairement son lieu de vie habituel pour aller vivre ailleurs, dans un lieu situé hors de la sphère de sa vie quotidienne

Les pratiques touristiques sont par conséquent des pratiques de récréation choisies, effectuées par un déplacement du lieu de résidence vers un lieu autre.

Ces lieux sont le plus souvent construits – ou aménagés – par et pour le tourisme ... c'est ici que la question de la géo devient importante : le tourisme n'est pas seulement un déplacement – même si l'aspect déplacement est important – il ne s'agit pas simplement de circuler de lieu en lieu, il s'agit d'investir, temporellement d'autres lieux que ceux du quotidien

Il d'agit donc de se confronter non pas par obligation mais par un choix, à une **altérité** :

- A différents modes de vie
- A différents degrés de modernité
- A différentes cultures, langues, mode de s'habiller, comportements, rythmes

La question des pratiques est par conséquent essentielle ds la pratique tour

Elle s'exprime selon 3 modes principaux en fonction du projet mis en œuvre par le déplacement :

- se reposer (se reconstituer le corps et l'esprit)
- Jouer (compétition, hasard, simulacre, vertige)
- Découvrir (s'enrichir, s'étonner, apprendre)

Tous les lieux ne st pas adaptés pr réaliser l'un ou conjointement les 3 « projets » (se reposer, jouer, découvrir). Les touristes choisissent, voire fabriquent les lieux qui correspondent le + a leur demande. Ils produisent des lieux : réalité observé des le début du tourisme. Le tourisme a été au cours du 18^e, 19^e et 20^e producteur de lieux. Il rassemble la société à travers toutes ses différences.

On arrive ainsi à circonscrire le tourisme par ce que font les touristes... ms le tourisme ne se limite pas aux seules pratiques des touristes.

Georges Cazes est le 1^{er} à avoir remarqué que « def le tourisme par le touriste ne saurait aujourd'hui suffire : les territoires et leurs aménagements, de m que les flux et les impacts

Le tour n'est pas seulement une activité, ce terme renvoie à la seule dimension éco qui est insuffisante à rendre compte des multiples dimensions du phénomène. D'où une certaine réticence à utiliser le terme anglo-saxon « tourism industry » : réducteur, pas qu'une industrie.

Il convient ainsi de saisir le tourisme comme un fait social total qui irrigue la société ds son ensemble, qui implique de nbx acteurs qui font partie d'un **système** : les touristes eux-mêmes, la société locale, les entreprises et les collectivités territoriales, l'état.

La réussite du tourisme dans un lieu dépend étroitement des interactions entre ces différents acteurs et en particulier des interactions entre les touristes et les acteurs de la société locale.

Cette approche systémique est primordiale...

Selon l'équipe MIT, le tourisme « est un **système d'acteurs**, de pratiques et d'espaces qui participent de la *recréation* des individus par le déplacement temporaire hors des lieux du quotidien ».

Cette def ne résout pas les pb des statistiques. Elle permet de saisir le tourisme à l'échelle fine...

Faiblesses qualitative et quantitative des statistiques du tourisme... toujours remettre en question les données, toujours questionner les sources...

I. La constitution historique

Il en résulte donc que le tourisme n'a pas toujours existé. Si toutes les civilisations indoeuropéennes des castes sup à peu près oisives elles n'ont pas têts de trad. de mobilité d'agrément.

On peut en ce sens parler d'une revo tour qui s'opère au m moment que les autres gdes revo faites par la Grande Bretagne (industrielle, agricole, démographique). Donc le tourisme est un phénomène daté et possible à localiser.

Au début il y a eu le **Grand Tour**

Une des 1eres formes de tour – le Gd Tour – est lié a la découverte des lieux qui, relativement limites en nb, se situent essentiellement en Europe et au Proche Orient.

Au cours du 18^e s, le terme « Gd Tour » désigne de façon stable une **ample pérégrination de plusieurs années** qui conduit le voyageur a travers une gde partie du continent Eur, sans pr autant la réduire a un modèle rigide et unifie.

Le Gd Tour : une 1ere cartographie des « must seen »

Des ses débuts il tend à s'affirmer comme un voyage de def de l'eur d'alors, voyage qui a la fois en trace les contours et en indique les pôles majeurs, c séjours prolongés qui regroupent paris, Rome, vienne et londrès.

Le gd tour reste ainsi codifié : il y a des lieux ou il faut absolument y aller (partage une culture commune avec ses pairs) et les lieux à éviter. Au sud, les gds tours ne s'aventurent guère au-delà de Naples, la commence selon John Evelyn, en 1645, un « plain and prodigious barbarism »

La géo touristique se met dc en place des le début de l'hist. Du tour.

Le but du voyage : pas d'aller voir autre chose ni de se forger sa propre culture (en opposition avec les voyages des niches actuelles), ms d'aller voir ce qui est déjà vu, de se forger une culture commune. On visite les m hts lieux culturels. Le récit de voyage a une fonction importante celle de reconnaître une expérience acquise etc.

Les 1ers lieux en passe de devenir touristiques sont médiatisés grâce à un ensemble de support : les medias façonnent les imaginaires géo de destinations urbaines à destination des nvx publics touristiques : les *veduti* (peintures de « vues »), les guides imprimés (nvx genres littéraires) et la photographie.

Les lieux on parfois été dit touristiques avant de l'être car ils ont été vus et identifiés touristiques avec les medias qui forgent l'imaginaire.

Dès le debut du tourisme et le Gd Tour, on est ainsi ds un rapport de distinction. Il s'agit de **reconnaitre des lieux repères**. La situation n'est pas très différente aujourd'hui (ex : Dean Maccanell : *the tourist, a new theory of the leisure class*, ds la lignée de Thorstein Veblen *The theory of the leisure class* 1899, et avant, Paul Laffargue *Le droit à la paresse* 1883).

Après le Grand Tour sont inventes...

- La station thermale
- L'amour de la campagne comme terrain de jeu et territoire de sociabilité
- L'hiver dans le midi – des les années 1760
- Le désir nouveau du rivage

Les intentions de distinctions – de lieux et pratiques – sont suivies de consécration par les gpes socioculturels dominants, puis la diffusion se produit par l'imitation des couches sociales proches et l'appropriation. Toute la société n'est pas concernée, au 19^e

Le tourisme est dc une invention de la société eur du 18^e s. la « revo touristiques » est ainsi liée a la revo indu : la nvelle org du tps et du travail qu'impose la revo indu, met en place une nvelle structuration de la société. Produit de l'Eur des lumières, la revo touristiques s'inscrit ds la revo des idées, du regard, des sentiments qui touche le continent du 18^e

Elle est porteuse de nvelles relations au territoire

Elle produit cette géo tour dt on parle aujourd'hui.

- **Comment sommes nous passés de cette situation à la généralisation du tourisme devenu « genre commun » (Lussault, *les mondes urbains du tourisme*, 2007)?**

- **Quels sont les implications spatiales de cette généralisation (de cette globalisation) du phénomène touristique ?**

1) Lieux touristiques : quelle (s) typologie(s) ds quel but d'étude ?

Que se passe t-il lorsqu'émerge un lieu tour ? Soit un lieu **inventé**, soit un lieu préexistant et donc **subverti**.

Fondement des lieux : 2 processus :

- Soit le lieu existait pleinement avant le dév touristique et est modifié par les besoins du tourisme. A un moment où l'éco locale connaît des difficultés – le tourisme succède à une activité défaillante.
- Soit le tourisme à créé des lieux *es nihilo* (svt ds des contextes de changements éco, processus de désindustrialisation par ex.). st très tôt distingue certaines cotes, des espaces montagnards... l'invention tour implique un changement du regard (revo du sentiment), conférer aux lieux des qualités dt elle était dépourvue. Le lieu se façonnera aux attentes.

Subversion :

- Un ancien village progressivement occupé par l'activité touristique
- Une cité ancienne
- Un quartier urbain où les touristes st très présents ds l'espace.

Invention :

- Une station touristique créée par et pour le tourisme

Ce qui différencie la subversion de l'invention peut être la discontinuité spatiale introduite par l'invention. Ds tous les cas, l'incursion du tourisme modifie radicalement le lieu et « **le fait exister** » pr des populations résidants ailleurs.

« L'Invention ex nihilo » : partir de rien ou voir différemment le « déjà-la » ?

- Les domaines thermaux qui s'implantent à distance des installations humaines préexistantes
- la montagne : établissement de nvelles entités touristiques en discontinuité totale ac les établissements humains préexistants (entre Isola et isola 2000 il y a 17km et 1200m de dénivellation). Svt la création devient plus forte et efface la toponymie m des espaces préexistants (la baule)

Pour une typologie des lieux touristiques :

Eviter d'aborder l'approche du déterminisme géographique (tel ou tel type de littorale, telle ou telle pente de montagne, etc.).

- on pourrait distinguer ds un 1^{er} tps les lieux touristiques qui ont une capacité d'accueil de ceux qui n'en ont pas
- ceux qui ont une pop locale ou pas
- ceux qui ont des fonctions urbaines différenciées ou pas

Distinction des différents types de lieux touristiques :

	Présence ou absence de capacité d'accueil	Présence ou absence de pop locale	Fonctions urbaines et touristique diversifiées
Site touristique	-	-	-
Comptoir touristique	+	-	-
Station touristique	+	+	-
Ville touristique	+	+	+

- 1) le site : un lieu ds lequel les touristes passent mais n'y séjournent pas (création détournement), ex : le château de Versailles, le cirque de Gavarnie
- 2) le comptoir : lieu isolé, relativement fermé, implication d'acteurs peu nbx. ex : Center parcs, port-grimaud (comptoir touristique crée de toute pièce), les villages de Pierre et vacances, Disney etc. (+ codes comportements)
- 3) la station touristique : ouverture, multiplicité des acteurs, complexité du jeu des acteurs
- 4) station-ville : adjonction progressive a la fonction touristique de fonctions nouvelles (en filiation ou non avec le tourisme). Ex : Cannes

Lieux subvertis par le tourisme : lieux « touristifiés », dont la fonction touristique est hypertrophiée, ex : Saint-Tropez

[http : //www.adrets.net](http://www.adrets.net) : site des professionnels du tourisme, photos très contextualisées.

ville à fonction touristique : selon les quartiers la visibilité du tourisme est de plus en plus grande. Le marquage est matérialisé par des boutiques de souvenirs, et magasins liés à la clientèle internationale. Mais n'a pas entièrement transformé l'espace qui demeure polyfonctionnel. Le tourisme n'est qu'une dimension de la diversité urbaine (aux cotés des fonctions administratives, culturelles etc.)

- couple ville-station : en continuité spatiale ou pas avec le tissu urbain préexistant. Ex : les Sables d'Olonne
- ville ou village « touristifiés » : la fonction touristique est prédominante. Le lieu fonctionne que pour et par le tourisme, les activités anciennes ont disparu ou elles ont été intégrées à la production touristique
- la ville-étape : parc d'hébergement important et diversifie mais séjours brefs, d'où les touristes effectuent des haltes vers les alentours.

Station ou ville touristique ? Pour différencier les 2 statuts, on introduit des critères tels que la taille de l'établissement humain, de la temporalité, des interrelations spatiales, les rapports qu'elle tisse avec les tissus urbains proche etc.

La typologie n'est pas statique : des trajectoires sont possibles entre les différents types. Si l'on considère qu'il existe une période av l'émergence du tourisme, on peut saisir la rupture tour comme un facteur contribuant à changer le lieu sans pr autant entrainer nécessairement la disparition des facteurs antérieurs.

Quelles trajectoires peuvent être envisagées ?

- 1) la fonction touristique périclité qui peut se transformer éventuellement en loisir
- 2) la mono-fonctionnalité touristique se poursuit
- 3) la diversification et l'org de la coexistence entre différentes fonctions.

22. 09. 11

2) Le littoral

L'évolution peut-être très marquée (Dieppe, le havre, Boulogne), mais le phénomène peut-être interactif avec la volonté de renouer avec le tourisme après un cycle éco.

L'invention des lieux touristiques : l'ex de Brighton, archétype du lieu touristique invente de toute pièce. Lieu qui est né au 18^e et qui a su maintenir les activités touristiques malgré les changements des comportements

= montrer l'évolution d'un lieu balnéaire invente pour et par le tourisme : lieu de cure, de vacances populaires.

Brighton : la constitution d'un « seaside resort »

Naissance en Angleterre au 18^e. Association de plusieurs caractéristiques. Un front d'eau approprié, pr la 1ere fois par des activités récréatives, qui décolle au 19^e (// a l'indu). Constitution d'un lieu original qui s'urbanise de manière différente des villes indu. L'urbanisme ne se fait pas a travers l'implantation d'indu dc d'activités productrices ms a travers les services rendus aux citadins des gdes villes

- 1) Une nvelle approche du littoral

Nouvelle pratique de la mer et du littoral (une « invention » des lieux balnéaires)

A partir du 17^e de la mer change de signification en Hollande et en Angleterre : elle commence à être apprivoisée... « Par le regard », par la thérapie médicale, par le plaisir de la baignade. ;

De répulsif, le littoral commence à devenir *attractif* : on lui confère une esthétique et une fonctionnalité particulières.

2) Les éléments de départ

- La **qualité du site**
- L'existence d'un **noyau proto-urbain**, qui permet l'installation, la real d'un lieu dédié à la balnéothérapie. Ou les ressources et les débouchés éco st restreints
- Une société locale qui n'est pas hostile
- L'élément **déclencheur** : la publication du livre du Dr Russel sur les bienfaits de la mer (1750)

3) Basculement : entre 1740 et 1770

Les débuts de la transformation « from a decayed seafaring town into a prosperous seaside resort »

Le livre du Dr Russel décrit une plage idéale par la cure qui correspond bien à la plage de Brighton (s'en inspire)

Une pratique de balnéothérapie accompagne la pratique du spa.

4) Structuration des pratiques liées aux bains de mer

Codification des pratiques, calquées sur le modèle de la cure thermale (contrôle des médecins, de la fréquentation de la plage, saison de fréquentation, nb d'immersion, heure, durée)

La pratique se professionnalise + création d'emplois (« bathers » et « dippers »)

5) Le dév vers le « **most fashionable seaside place** », s'esquisse entre 1780 et 1840

Consécration de Brighton en tant que lieu de bains de mer

Mise en place d'un modèle de villégiature aristocratique, et progressivement poussée d'une fréquentation bourgeoise qui fera fuir la première clientèle aristocratique. Reorganisation sociale qui s'opère ac fuite des élites vers d'autre lieu (plage de Hove).

6) D'un lieu de « souffrance » vers des lieux de villégiature

Progressivement la plage devient un lieu où cohabitent **vrais et faux malades**.

Les élites s'emparent du lieu : campagne de pub par Dr Russel, des personnalités jouent le rôle d'ambassadeur des nouveaux lieux. Installation du prince Charles régent en 1783. 1787 : construction d'un pavillon qui deviendra pavillon royal de Brighton : pérennité de la faveur royale. Devient lieu de pouvoir. Réception de toute la société

L'archi se réinvente ici : fantaisie

- 7) Un « lieu d'eau » (watering place) aristocratique
- Existence d'une saison estivale (de juillet à octobre)
 - Ritualisation des pratiques

- Obéissance a des exigences médicales, sociales, morales
- Des pratiques de « plaisir », qui se dév progressivement (pleasure boats, etc.)

Brighton opère ainsi progressivement une sorte de transfert des stations thermales de l'intérieur (bath) vers des « watering places » (bain froid contre bain chaud)

8) Une synthèse de plusieurs éléments

3 modèles de pratiques et de lieux :

- Le spa (bath)
- La sociabilité (Londres a travers les salons aristo que déménage en été a Brighton)
- Les « pratiques méditerranéennes » de « parade » et de « marina » (Naples, Palerme)

Résultats :

- Emergence d'une vue sociale nouvelle ou la sociabilité traditionnelle évolue sous l'influence des pratiques nouvelles
- Des pratiques qui trouvent leurs expressions originales à Brighton, car associées en m lieu et non pas éparpillés sur différents lieux.

La massification du tour à Brighton se traduit par une croissance démographique rapide. Ceci n'aurait pu ne pas se produire, elle est du au pouvoir.

9) Evo de la watering place vers la station balnéaire

- Mise en pace de ce modèle ds les années 1820
- La promenade qui initialement se faisait v l'intérieur des terres se fait le long de la plage

Orientation de la vie de la station le long de la mer :

Avec le dév d'un tour bourgeois, on assiste au dév des « **stratégies d'évitement** » **spatiale et temporelles**. Les aristocrates se replient à Hove (**repli spatial**). A la saison d'hiver (**repli temporel**), ce qui prolonge temporellement l'activité éco de Brighton en tant que lieu tour.

Des éléments constitutifs du nouveau paysage :

La fonction médicale se perd pour sa fonction touristique (promenade etc.). Le nouveau regard du paysage détourne des lieux existants, les touristes détournent la fonction commerciale en une fonction créative.

10) A l'arrivée du chemin de fer, vers 1840, Brighton est un lieu tour constitué, intensément fréquenté. 1840-1914 : explosion popu

- Cesse d'être un lieu de cure et devient lieu de vacances d'un spa a un seaside resort
- Evo qualitative et quantitative
- De la baignade médicale vers la baignade pr le plaisir
- Le regard social et la qualité des lieux ont retenu les possibilités de dév de pratiques touristiques

Un modèle d'évo du lieu touristique :

Entre 1753, date de l'installation du Dr Russel et le début des années 1840, lorsque le lieu devient pleinement une station touristique (dt la fréquentation marginalise l'activité médicale fondatrice) une évo notable est esquissée. D'autres lieux (Bath) avait déjà expérimenté la transition d'un lieu fréquenté par les malades vers un lieu fréquenté par le tour). Mais Brighton est le lieu où s'est inventée et consolidée la pratique sociale de la plage en tant que lieu de villégiature c a d un lieu où s'est jouée une relation nouvelle entre une société déjà urbaine et la nature.

11) Le rôle des acteurs

- Les docteurs : ville est lancée par des médecins concurrents de ceux qui pratiquait en bath
- Les élites aristo : qui « lancent » la station
- La société locale : qui accueille de nouvelles fonctions touristiques
- Les touristes

12) La plage, mais aussi l'urbanité

Lorsqu'ils créent des lieux, les touristes ne produisent pas directement des villes mais des lieux urbains. La popu touristique souhaite retrouver, là où elle séjourne, un confort identique à son lieu de vie, un paysage urbain voisin des agglomérations où elle vit. On ne fuit pas l'urbanité.

L'urbanité est constituée autour des lieux forts :

- Des bâtiments emblématiques : casino, bureau de bains
- L'aménagement de jetée-promenade suit la côte en s'avance sur la mer : vue sur le paysage, enjeux d'emménagement, élément déterminant de la dynamique d'urbanisme des lieux
- Les jardins et parcs

L'investissement touristique est un élément moteur de l'urbanisation : De la station balnéaire vers la ville balnéaire (1914-1960). Gde évo demog.

De la station à la ville l'exemple de la Baule

Philippe Thuillier, article

Escoublac en 1840, et production de la station de 1860 à 1890 (1^{er} lotissement en damier, destruction d'une partie de la forêt artificielle, dév des lotissements vers le village de Pouliguen et de Pornichet). Achèvements du front de mer de 1923 à 1925 : casino, hébergements, consolidation de la grande promenade du bord de mer, et jonction des lotissements avec un front de mer complètement aménagé entre les deux villages.

1860 : la commune devient la Baule-Escoublac, transfert de pouvoir du village originel vers le littoral. Thuillier parle de mise en tutelle du village et d'impérialisme.

Les évos récentes :

- Installation de personnes âgées, phénomène fréquent ds les stations littorales anciennes (+ de 32% en résidence permanente + résidence saisonnière
- Affirmation de la fonction résidentielle des familles 21990, accompagnée d'une politique dynamique de construction de logements
- accroissement des résidences secondaire (60% du parc)
- Stagnation ou régression de la capacité d'accueil marchande (Quasi 4 fois moins de chambre ms augmentation des campings).

Evo des types de résidences de 1968 a 1990 : appropriation des lieux par une popu parisienne : aug logement secondaires et ds une moindre mesure les résidences principales.

Aujourd'hui baule n'est plus une station balnéaire, la mise en valeur touristique a mis en évidence un le confort du lieu, il a crée la renommée de ce lieu, qui devient désirable aussi en lieu d'habitation. Création du lieu par et pour le tourisme. Rôle dépassée aujourd'hui. La baule n'est plus un lieu monofonctionnel.

Fréquentation de loisir non touristique (on y va à la journée etc.). Sphère multi territorial des habitants qui viennent d'ailleurs (logement secondaire).

= Quelque soit les exemples de développements touristiques, les lieux durent et disparaissent difficilement. Ils résistent + que d'autres lieux dt le dév à d'autre fonctions éco (villes indu par ex).

3) La montagne : Imaginaire et collectif

Une évolution du regard du sentiment et des approches a l'égard de la montagne :

L'évo de al société met en valeur des milieux autrefois très défavorisés, de nvelles ressources apparaissent

Certains milieux (fleuves, htes et moyennes montagne, littoraux, sols incultes), longtemps considérés comme répulsifs, deviennent aujourd'hui créateurs de richesses

La htes montagnes, un espace extrême support d'org de pratiques et d'imaginaire spécifiques : un milieu place sous le signe de la contrainte :

Hte montagne définie par pente et niveau ds l'étagement qui la situe a des altitudes ou la vie devient difficile. C dc un paysage marque par le froid, l'isolement, par une certaine stérilité (saison végétative très courte, et un milieu instable (instabilité ordinaire des montagnes : sismique, volcanique, avalanche, et instabilité saisonnière : d'éboulis)

Une présence humaine faible et des pratiques limitées :

- Habitat permanente quasi absent (exception himalayennes)
- Absence de villes ou villages conséquent
- Occupation saisonnière liée au pastoralisme (pelouse l'été essentiellement)

Tt ceci fait de la montagne un lieu "extraordinaire" : perçu ds la mytho comme sacré, inaccessible, domaine des dieux (mont olympe, neige du mont Fuji),

Espace de conquête : vœu de réappropriation du lieu hostile, lié à la virginité des lieux, espace perçu comme de liberté et de création possible. Importance croissante de la domestication des conditions du milieu. Lieu de projection des rep des sociétés.

La hte montagne apparait aussi comme le support d'un ensemble de rep exogènes qui contribuent à la modeler, l'org, en intro de nvelles pratiques et en lui affectant de nouvelles fonctions (comme le tourisme).

La montagne est un support identitaire très fort : valorisation d'une image de la société et de paysage montagnard qui fonde une identité régionale ou nationale comme les sommets enneige en suisse ou au Kenya.

Elle est aussi un support privilégié de l'indu. Valorisation des anciennes contraintes : de la pente pour la production d'hydroélectricité. Elle est à l'origine de l'indu des vallées.

Les Alpes

Jouent un rôle particulier au centre du continent, st un milieu qui a toujours intéressé les géographes. C a la lumière de la connaissance des alpes que les autres montagnes du monde ont été étudiées (« **alpinocentrisme** »).

Depuis le 18^e, la société eur porte un regard nv sur les alpes, à travers des voyageurs des hm d'affaires ou des scientifiques. L'aspect esthétique est aussi à l'origine du tourisme : reconnu pour sa beauté. La montagne est le 2eme lieu ou sont invente le pratiques touristiques (comme le littoral).

Genèse de la représentation et de l'imaginaire occ de la montagne : le tournant de modernité :

Hypothèse : l'imaginaire de la date de l'époque moderne entre la renaissance et le siècle des lumières (accélération au 18^e).

B. Debardieux, géographe : a bcp écrit sur l'imaginaire de la montagne

1) la façon de concevoir l'ind

Passage du statut d'ind qui dépend de qlqun d'autre à l'émergence 'un ind qui devient un être conscient, responsable, attentif à l'émotion. Cf. les essais de Montaigne ou les confessions de Rousseau qui traduisent une subjectivisation de l'écriture une façon de penser.2

2) evo du rapport au temps ou l'hist.

Rupture entre une logique cyclique de la temporalité (MA) et une capacité à regarder l'hist. Selon une trajectoire (renaissance).

Possibilité de se mettre en perspective (// renaissance) : thèse de Panofsky : construction de l'espace en fonction de celui qui contemple le tableau (point de vue central).

- **La nature**

Selon Descartes, il y a 2 ordres de phénomènes :

- Nature
- Humain (=immatérialité)

C deux ordres st indep. L'h n'est plus de l'ordre de la nature.

Cette disjonction est intro de façon brutale a la fin du 16^e debut 18^e : vision cartésienne

Au niveau des montagnes ce tournant de la modernité se perçoit au niveau de leur aménagements, de l'approvisionnement de c lieux : Montagnes habitées par les eur av le 18^e st aménagées selon des modalités diff de la modernité. Les montagnes habitées ap le 18^e st aménagées selon ce nv système de pensée.

- **Les naturalistes :**

Saussure : initiative de l'ascension du Mont-Blanc. Nbx travaux de géologie sur les alpes. Ils constituent un laboratoire d'observation des phénomènes physiques. Il écrit de nbx livres et est aussi à l'origine des **représentations de l'ascension**.

Les naturalistes investissent les alpes car elles constituent un lieu privilégié pcq'ils st a proximité des gdes villes ou la revo intellectuelle a eu lieu, en suisse. Ms aussi pcq elles rep des conditions particulières. Les alpes ont dc une antériorité historique.

- **La figure du philosophe :**

Rousseau avec la *Nouvelle Héloïse* : imaginaire de la naturalité correspond à la conjugaison de l'individu, la nature et l'histoire. Médiation de c lieux montagnards. C aussi une philo sociale, et une montagne purificatrice au sens « chimique » (épargne delà pollution de la ville, debut de la vision polluée de la ville). La montagne est aussi associée à un effort corporel. Enorme succès littéraire.

Le tourisme comme un moyen d'immersion ds la montagne. Trois facteurs :

- Le paysage (contemplation paysagère, diffusion des gravures rep paysages, contexte romantique)
- Les éléments qui participent de la montagne
- La trad. à laquelle elle appartient
- **Les pratiques médicalisées :**

Au 19^e, on justifiait le séjour en montagne par le fait de « prendre le bol d'air pur », loin des miasmes des villes. La soi-disant bonne qualité de l'air a engendré le développement de pratiques touristiques médicalisées dans des stations munies de bâtiments collectifs pour les malades. Santé : argumentaire pour les entrepreneurs touristiques.

La conquête progressive du tour :

Des 1904, le Touring club de France rêve d'une route qui joindra les glaciers les plus inaccessibles. Volonté de lier les grandes capitales pour d'été et d'hiver : Evian et Nice par les cols et effleurer le Mont-Blanc.

L'ouverture à de nouvelles pratiques : la folie de la neige

Principale évolution est l'ouverture de la haute montagne surtout à la population citadine : Non seulement en valorisant les pentes, la neige et l'ensoleillement, mais en recréant un confort et un environnement urbain là où les villes semblaient impossibles

Une mise en tourisme différenciée des temps, qui donne comme résultats de paysages différenciés

- 1^{er} cas : le modèle germanique

Le mont ont connu très tôt le tour (18^e et surtout 19^e), à un moment où les sociétés villageoises étaient très vivantes. D'où une symbiose entre la société rurale, l'agriculture et le tour, qui dura au moins jusqu'à l'année 1900.

Ex Grindelwald en Suisse : 2000 habitants en 1790, contre + de 3000 hab. au milieu du 19^e s. et lorsque le tour s'affirme dans les années 1920, la population sera de 3700 habitants. Début 20^e s, 40% des revenus proviennent du tourisme. L'agriculture perdure et donne aux exploitants de la terre certaine valeur (proches de la terre).

- 2^e cas : le modèle latin (surtout français)

La station intégrée ou de 3^e génération : conçue, réalisée, commercialisée et gérée par un acteur unique, le plus souvent privé. Et qui entretient peu de relation avec les milieux montagnards qu'il exploite.

Ex la Plaigne (2000m), la plus ancienne (1964)

Vers une généalogie de stations

1ere génération :

Elle p-e dite « spontanée ». Elle se constitue autour d'un village de montagne situe à proximité d'un terrain d'évolution (montagne et ski)

Ex : Chamonix, val d'Isère, Megève, Valloire, saint Gervais ...

Megève

Station village né en 1916, rôle historique de la baronne de Rothschild qui milite pr que le sport d'hiver arrive sur les montagnes francise. Lors de la création de la station elle y a amené son monde.

1922 : inauguration de l'hôtel du Mont 'Arbois a 1800m : lancement de la mode de la résidence en montagne.

Architecte **Henri Jacques Le Même** : a construit sur la montagne : lieu pr le tourisme, création totale. Plutôt engage ds le mvt moderne, il propose le modèle d'une villa ou d'un hôtel différent de celui d'un bâtiment agricole. Mais il se laisse convaincre par sa clientèle qui manifeste le désir d'une archi exprimant son appartenance à la montagne. Il conçoit un vocabulaire de formes et de couleurs stylisant les éléments qui compose l'etx des chalets (soubassement en pierre, lambris peint etc.)

Cette transposition actualisée d'une typologie traditionnelle va remplacer, ds l'imaginaire des citadins, le « chalet suisse » remarqué ds les expos universelles.

2eme génération :

Courchevel : Conception en site d'une station exclusivement pour le ski

1941 : debut d'une politique d'état. Nomination d'une commission chargée de faire **l'inventaire des domaines skiables exploitables** sur les alpes françaises. Naissance de l'idée du **plan neige** (plan national), qui répertorie les sites les + propices à l'élaboration de la montagne française.

Le rapport de la commission a souligné l'intérêt que pourrait rep un vaste domaine skiable couvrant les 3 communes de St Bon, les Allues et St Martin de Belleville. C l'ensemble « des trois vallées ». Station crée de toute pièce pour le tourisme international = msg fort de l'ap guerre, ht lieu. L'état cherche à donner un caractère social à la station : veut y faire accéder les classes les plus basses.

L'équipe d'aménagement :

- Maurice Michaux : ingénieur des ponts ; moteur administratif
- Laurent Chappis : urbaniste qui en assurera la conception d'une station « moderne ».

Chappis impose comme règle le respect absolu du site ou s'implante la station :

- Versant expose au nord peut touche par le soleil. Séparation skieurs qui peuvent rentrer chez eux en ski et la circulation auto
- La hauteur des constructions ne doit pas dépasser celle des arbres
- La convergence des pistes et des remontées mécaniques se fait ds un espace central appelé « grenouillère »
- Les différents quartiers habitables sont clairement délimités et forment des lotissements dont le cahier des charges est réglementé.

Denis Pradelle, archi chargé d'assurer localement le suivi de l'opération. Fonde sur place « l'atelier de Courchevel ». Imprègne des idées de Le Corbusier et de la Charte d'Athènes. Le produit de cette réflexion est une archi « bioclimatique ». Propose des constructions de « prototype » : env. 1850.

Courchevel doit bcp également au champion **Emile Allais** (expérience en matière d'entretien des pistes et de remontées mécaniques. Créateur, avec Paul Gignoux de la 1ere école de ski.

Courchevel a un succès immédiat :

L'approche de l'archi a partir de la réalité du terrain et es fonctions fait l'effet d'une découverte. La « station sociale » devient à la mode. Le résumé des principes d'archi serra diffusé par le ministère de la reconstruction et du logement. Il va être préconisé comme la nouvelle façon de construire en montagne. La forme des bâtiments et leurs procédés de construction très simples vont être copiés sans aucune réflexion dans toute la montagne et au delà. Ils s imposent par les règlements

d'urbanisme, y compris ds les vieux villages. Ce qui était le résultat d'une démarche de conception archi d'une exceptionnelle qualité ds un contexte exceptionnel va être exploitée comme une recette passe-partout.

04.10.11

3^{ème} génération

Dès le début des années 60. Stations dites « intégrées ». Contrôle total de toute org, de gestion volonté de maîtrise globale (densité, archi, financement, conception, réalisation, promotion, fonctionnement). Capacité d'hébergement considérable.

La Plagne :

Archétype de la 3^e génération, elle lui ouvre la voie. C'est le contrôle total de l'opération qui a valu à La Plagne le titre de « station intégrée ».

Le dév de la station se fait par tranches, suivant un schéma d'ensemble multipolaire.

Le bureau d'études réalise l'un après l'autre des sous ensembles ayant chacun un fort caractère et une unité archi, suivant au plus près l'évo des tendances du moment.

Le 1^{er} est très proche de la ligne originale de Courchevel (1^{ère} expérience réussie) et comporte 6000 lits réalisés de 1962 à 1969. Séparation entre circulation piétonne et automobile. Disposition des bâtiments constituent un « front de neige », étant accessible ski au pied (pas de nouveauté : déjà proposé après guerre). Distribution à travers des galeries couvertes pour accéder aux pistes : le système est approfondi.

Second ensemble : 2500 lits, c'est un « paquebot des neiges ». Archi compact,

3^{ème} ex : Plagne Bellecote : s'inscrit dans le paysage ac la « force d'un barrage » (plan d'archi très rationnel, qui maîtrise son env.) et abrite 4000 lits, puis Plagne Village 5000 lits.

1976 : dernier satellite : Montchavin qui coïncide ac le retour à l'image du village, construit un prolongement à un hameau existant. Les différents pôles sont réunis par un double réseau téléporté et routier donnant accès à un grand domaine skiable.

→ Les différentes constructions suivent toujours les nouvelles tendances esthétiques et pratiques. Archi parfois très différentes, massives, un peu « sarcelloise ». Avoriaz : recherche d'une volonté archi qui imite la montagne, qui reprend sa volumétrie irrégulière, un peu organique. La montagne est vraiment un lieu d'innovation

Flaine : la radicalisation de l'archi

- Choix d'un site exceptionnel
- Créée à partir de 1961 à l'initiative du promoteur Eric Boissonnas : veut créer une station modèle
- Liée au nom de l'archi Marcel Breuer (un des 10 noms des archi modernes) qui dirige l'équipe d'archi, urbanistes et aménageurs et qui la dessine
- Volonté de rationalisée. Edifié en béton armé brut, avec des éléments préfabriqués (éléments seront assemblés sur place, on construit une usine de préfabriqué sur la montagne), blocs massifs
- Reus du style régionaliste, dénis du vocabulaire montagnard
- Différents ensemble (plaine forêt comme les autres ensembles + séparation ski/automobile)
- Construction en porte à faux. Inscrit à la protection des monuments historiques
- parc de sculpture à ciel ouvert avec les plus grands artistes du 20ème siècle (Picasso).
Volonté de rassembler les arts
- chapelle œcuménique de Flaine : béton

→ partis pris est clair : traiter le phénomène urbain contemporain qu'est la station en adoptant une archi ouvertement urbaine en rapport avec la haute techno des équipements de sports d'hiver.

Principes de construction et de structuration :

- principe de préfabrication lourde (avec usine construite dans la vallée de l'Arve ; où sont réalisées des panneaux de béton. Ce chantier est approvisionné par un téléphérique sur un dénivelé de 1300m)
- la différence de niveau entre les 3 parties de la station suivant la ligne des falaises est franchie par des ascenseurs obliques
- tous les bâtiments sont desservis par une galerie technique souterraine
- grande technicité

Les Ménuires, Sarcelles-sur-Neige ?

- concours en 1964
- mené par une équipe d'architectes de la Caisse de Dépôts
- l'étude géologique du sous-sol impose une implantation dispersée de volumes importants (qui ne sont pas sans rappeler les barres et les tours qui se dév dans les périphéries urbaines au même moment).
- Immeuble le Brelin, label patrimoine 20^e siècle.

Projet Chappis pour les Ménuires : non réalisé, volonté de conservé la dimension sauvage et onirique de la montagne : archi organique.

Avoriaz, une tentative différente de station de 3eme génération

- Promoteur : Gérard Bremond
- Architectes : l'équipe Roques, Labro, Orsini, Lombard
- Réflexion sur « l'objet bâti en montagne »,
- 1ere station sans voiture, parking en silos, en hauteur
- Rues pas déneigées
- traîneaux trainé par des chevaux ou des rennes + engins électriques
- Station de 17000 lits implantés sur un plateau dont les falaises dominant a 1800m au dessus de la vallée
- Volonté de crée une archi mimétique : imite la montagne. On sort du registre des tours et des barres, pour une archi plus courbe.
- Reprend les principes fonctionnels de la 3ème génération, même si elle s'en démarque esthétiquement.
- Culture en terrasse, courbes de niveaux
- Toitures et façades inclinées ne font qu'un
- Habillées de shingles (sorte d'ardoise en bois)
- Le jeu des loggias, des portes a faux, des mvt de faitages des escaliers et des excroissances compose une archi spectaculaire voir organique
- La pression éco a contraint les concepteurs à une archi moins originale
- Mais l'unité d'aspect de l'ensemble de l'agglomération a été maintenue, composant un paysage différent de ce qui est vu dans d'autres stations de la montagne
- Le cinéma fantastique répondait à l'archi de la station

4^{ème} génération

- **Retour au village**, ou a son image
- Unité de conception et de réalisation
- Changement d'échelle du bâti
- Inflexion de la doctrine du plan neige : archi de toits, mythe du village
- Ex : Montchavin, Valmorel

Valmorel

1976 : retour d'une archi néo-traditionnelle censée témoigner que « la montagne est redevenue refuge ». Micro env. thématique (comme Disney ou le Trianon. Ici le thème c'est un village à la montagne).

Chalet de 5/6 étages, barres déguisées : très différente de la 3eme génération, mais très différent aussi du vocabulaire montagnard. Architecturalement parlant : valeur nulle, pas d'effort d'innovation, archi cachée pas prononcée. Répond à la volonté d'un public, très pertinent d'un point de vue touristique.

Un schéma clair : les champs de ski occupent le fond de la vallée du Morel, les communes de Doucy et des Avanchers forment une suite de hameaux en chapelet.

Les différents services et équipements à créer intéresseraient autant les habitants permanents que les touristes, et seraient utilisables autant en été qu'en hiver, dans un site « humanisé ». On renoue avec les villages d'origine (//1ere génération).

- Construction de nouveaux villages. L'archi Michel Besançon, a crée en pied Ds la lignée de Montchavin
- Réduction de la hauteur des constructions (car ensoleillement restreint au fond de la vallée)
- Sont regroupées ds la pente et délimitent des espaces intimistes
- Accent est mis sur une rue commerçante à ciel ouvert ds le bas de la station : caractère plus urbain et renouvelle avec les villages en Savoie (façades peintes en trompe l'œil)
- Ce decor ignore toutefois l'existence d'une culture locale à laquelle il aurait pu se rattacher...

II. La gestion contemporaine du paysage : l'héritage des stations

2 types d'attitude :

1. Célébration du patrimoine (ex des paysage Beaufortin : paysagement)
2. Artificialisation et culture du « faux-vieux » (Valmorel, Meribel, Villard-de-Lans où tout est affaire de signes). Ex de Verbier ou a été recrée tout un village artificiel ds de la vieille pierre locale, ac mairie, chapelle et place publique comme « *mémoire de la sociabilité suisse* ».

Evo des modèles de « stations intégrées » en 25ans : les Menuires symbole des stations intégrées cherche à rénover et à embellir l'habitat existant. Modèle désormais totalement inadapté aux nouvelles exigences de la clientèle. La station arrive pratiquement au terme de ses droits a construire.

2003 : mise en place d'une opération de réhabilitation de l'immobilier de loisirs (Oril).

- 2004 : démolition du Solaret
- 2008 : démolition de l'immeuble Les Clarines (ancien hôtel de 300chbres, devenu un centre de vcs ds les années 60)
- 2008Construction sur place d'une résidence de prestige de MGM Constructeur
- Progressivement, les Menuires gomme leur archi novatrice de départ, pour adopter un visage plus « authentique », ou la pierre et le bois ont remplace le béton brut.

Opération spectaculaire mas rarissime en raison de la multipropriété des habitations. Témoigne de la volonté des stations de sports d'hiver de s'adapter aux souhaits de la clientèle qui veut un hébergement :

- Plus spacieux
- Plus confortable
- Mieux intégré dans son env. montagnard

Pour coller a ces exigences, les stations entament leur transformation immobilière des le milieu des années 90, avec l'émergence de nv quartiers

Les Menuires : symbole, constructions d'un gd clocher en structure métallique par la municipalité a l'entre du village (2000), pour pallier au « manque d'âme » + Spectaculaires opérations de reboisement pour atténuer l'austérité du site (le foret avait disparu)

Des nouveaux labels ? Le « village de montagne » :

Assoc Les villages de Montagne (195) conçus comme des « anti-stations intégrées » :

- Taille modeste de la station
- Animation permanente
- Org commerciale performante
- Mise en valeur du patrimoine culturel et archi local

Critères obligatoires :

- Capacité d'accueil comprise entre 1000 et 6000 lits
- L'existence d'une fête de village
- Un effort de fleurissement
- Une activité agricole ou d'artisanat
- La commercialisation de produits locaux
- La présence d'un clocher

Pour résumer : 4 actes :

1. Acte 1 = découverte des « Monts affreux » 1ere mi 18^e donne lieu à des rep picturales ou littéraires. invention de la montagne entraine une revo du regard et des sentiments portes par des gens des plaines vers ce nouveau monde.
2. Acte 2 = l'invention de la modernité alpine. La revo ind 2eme mi 19^e donne naissance à des grands chantiers. Elle exploite les ressources naturelles de la montagne au profit d'une société urbaine en pleine expansion qui proclame les bienfaits de la montagne. Le mvt se prolonge dons l'entre-deux-guerres. Ces pratiques inscrivent la modernité au cœur des territoires alpins.
3. Acte 3 : 2eme et 3eme générations. L'accès aux loisirs des plus grands nombre suscite la création en réseau de stations en site vierge érigées en altitude à l'écart des villages et des

hameaux. On part à la conquête de « l'or blanc » ; suit l'invention de la station intégrée, ensemble tour pouvant atteindre plusieurs milliers de lit conçus simultanément

4. Acte 4 : l'invention du village revisité (à partir 80). Ac la crise éco le dév se fait au contact des espaces habités et invente des outils réglementaires qui codifient le projet archi et urbain. Le village ancien devenu station tour, est un village revisité dans lequel d'impose le principe de construire en continuité et celui d'une archi d'imitation. L'intégration revendiquée de l'archi ds le paysage se traduit par une mosaïque d'approches archi.

4) Emergence et évolution des lieux touristiques

Jeux et enjeux de l'adaptation socio-spatiale des lieux

Las Vegas

En 1910 : 945 hab. (chemin de fer). Ville fondée en 1965 en tant qu'étape ferroviaire entre Salt Lake City et Los Angeles.

Dév des jeux de hasard des 1869 et jusqu'à 1911 (*Progressive era reforms*). 1931 : légalisation du jeu ds l'état du Nevada suite à la grande dépression. + Libéralisation des lois relatives au divorce. C'est la 1^{ère} mesure qui devait encourager le tourisme. Favorise dév infrastructures tour. Dév urbain grâce à la construction du Hoover Dam : 1931/1935 : chantier énorme, mobilise 5000 ouvriers. Plus que le jeu, se sont ces sommes fédérales qui ont permis le dév tour de Las Vegas.

1940 : 10380 hab. Boom éco pendant la grande Récession

- Importance de la situation géo (proximité Los Angeles)
- Les 1ers casinos, fruits d'initiatives d'entrepreneurs de Los Angeles
- Législation très rigoureuse à LA
- La migration d'opérateurs de casino de LA vers Las Vegas transforme la ville en « satellite » de la Californie Sud
- Pendant la guerre : construction du *Basic Magnesium Plant* (attire des milieux de travailleurs)
- + création de la *Nellie Air Force Base* (1949), Nevada Test Site (essais nucléaires)

En 1950: 48200 hab (clak country) dt 24600 a LV. L'hist. du lieu explique sa démographie.

Pop masculine (70%) et célibataire.

« Faire » un lieu tour : les phases de dév de LV :

1. 1931 aux années 1940

1ere phase de dév de casinos ds la ville : petite échelle, archi rudimentaires. Pop donne une réputation pas bonne : ville de mauvaise vie

2. Années 40

De l'arrivée a LV de Bugsy Siegel à l'installation de Howard Hugues

B. Siegel : construction de l'Hôtel Flamingo : archi fantaisiste, qui transcende la thématique farwest et propose un resort = construit cette image particulière de LV, lance la nouvelle mode. Lancement de « l'American Monte Carlo » : le Monte Carlo du désert. Grands totem devant les hôtels destiné à arrêter les automobilistes, archi de néons

3. De l'installation à LV de Howard Hugues 1966 à 1989 (inauguration du Mirage)

Débarrasse la ville des petites propriétés. En 70, il quitte la ville et les casinos peuvent être acheté par des personnalités morale et coté en bourse : contribue à assainir le lieu

Ouverture de l'international en 1969, par Kirk Kerkorian (MGM Studios, Western Airlines) : c a l'époque le plus grand hôtel du monde : échelle internationale. Avec la volonté de dév les gds hôtels resort. Kerkorian continue à dominer le paysage urbain de LV (MGM Grand, 1993 : le plus grand hôtel : 5000 ch.)

4. De la construction du Mirage en 1989 à aujourd'hui

1^{er} méga-hôtel-casino à thème. Archi classique mais thématization : Polynésie, visible de l'int a l'ext. Le Flamingo et le mirage peuvent être considérés comme le debut et la fin d'une époque. Circulation nouvelle de piétons : s'offrent a eux le spectacle d'un volcan. Steve Wynn crée donc un mega-resort de 300ch ac pratiquement pas d'espace de congres et un « nut » de 1Mdollars (argent /jour).

= une idée géniale ; reconnaitre la possibilité de changer l'image de lieu tour (hôtel, casino, mais aussi spectacle pour les familles) pr attirer, pr la 1ere fois le « haut du panier du marché» sans pr autant chasser des marches préexistants.

Steve Wynn sera imité par d'autres :

- L'excalubur

- Le Louxor
- Le MGM
- Le Monte Carlo etc.

Les hôtels s'étendent le long de la *stripe* : grande rue qui coupe le désert. Les hôtels s'éloignent des années 60 hors du centre ville.

Le nb de chambre ne fait qu'aug. Mais le taux d'occupation n'a pas ralenti. LV a gagné le pari de diversifier sa clientèle et d'en attirer une autre (famille etc.)

5. A partir de 90 : LV se réinvente.

En 1995 : un sondage de l'American Society of Travel Agents place LV a la 2^e position parmi les destinations au EU. En 1996 : classée 1^{er} destination la + popu.

En 1993-95 : lancement de plusieurs attractions destinées aux jeunes et aux familles. Or la « family-destination » a failli = les tour passaient moins de temps aux machines à sous (surtout que le prix des ch. et de la nourriture était faible). Le Louxor et le MGM entreprennent alors des travaux de restructuration avant leur 5eme anniversaire = rapidité de réaction.

Tandis que Reno surfe sur la vague de réutilisation d'anciens bâtiments (Mapes Hotel), LV a imposé les restes de Siegel (ce qui est devenu le Flamingo Hilton), le Dunes en 1993, le Landmark en 1995, le Sands en 1996, le Hacienda en 1996 etc.

Ap l'échec d'attirer des familles, les acteurs locaux réalisent que le tour internat est aussi motivé par la recherche de cuisine gastronomique, shopping haut de gamme et culture.

05.10.11

L'idée de parc à thème à échelle urbaine n'a pas été perdue de vu. Destination jeu ne pouvait pas survivre : + intéressant de poursuivre ds cette thématique ludique et thématique à l'attention des adultes.

Hébergement de qualité, micro env. devant l'hôtel avec spectacle récurrent. Déconnexion à la réalité.

Ex : Hôtel César : concept de la rue piétonne et de la place urbaine se prête bien à la déambulation... et la consommation. A intervalle régulier : spectacles animés. Destination shopping. Enjeux principal :

nous garder le plus longtemps dans les lieux. Guy Savoy, chef gastro = 4 restaurants parmi les 17 5* des EU se trouve à LV.

Le jeu n'est plus l'attraction principale : pleins de prestations non complémentaires rentrent dans la course. Dans les enquêtes récentes, le shopping est la 1ère motivation des touristes (le jeu n'est que la 3ème, derrière le divertissement).

La culture et l'art contemporain : au restaurant le Picasso, bcp d'œuvres de maîtres. Volonté de collectionneur. + Désormais grande destination spa et bien-être.

Thématique des villes : hôtel New York, hôtel Paris (imaginaire de la Belle Époque, réunie des éléments éclectiques de la ville, etc.

Une nouvelle génération d'hôtels : on sort de l'env. urbain et thématique. Création de nouveaux env. ex : Hôtel Wynn. Un urbanisme sans cesse réinventé : regroupement de petits hôtels par la rue historique devenue couverte.

Actuellement, le nombre de visiteurs touche les 40 millions de visiteurs par an.

Patrimoine de LV : totems patrimonialisés. Musée de LV : concentrations d'enseignes + éléments posés dans la ville comme des sculptures

Un lieu touristique qui produit un lieu urbain :

Pendant la décennie 1990-2000 la pop de la métropole a connu une croissance de 83% et selon des estimations prudentes, l'aire métropolitaine accueille 1500 nouveaux habitants chaque semaine (des retraités, mais aussi bien ceux qui sont en recherche d'emploi).

Concentration de concentrations de grands architectes : comme le ferai une vraie ville.

LV : Adaptation aux changements magistrales, anticipations des demandes (diff d'Atlantic City, qui a fondait sa réputation au même moment que LV, mais qui n'a pas eu les mêmes initiatives de réactions).

DUBAI : l'émergence, l'affirmation (et la chute ?) d'un lieu touristique

Émirats arabes unis (comprends 7 états).

Dubaï : petit, ressources propres très limitées. Lieu qui étonne, évoque très impressionnant dans un laps de temps très limité. Année 1910 : Al Bastakiya : seul quartier urbanisé...

1) Un « miracle » urbain et touristique ?

265 702 hab en 1980 et 1,9 millions en 2011. En 2010 la ville recevait 10000 nouveaux hab / mois), ce qui fait de Dubaï et Qatar.

Fondation par une tribu arabe, les Bani Yas, Dubaï existe en tant qu'entité indep des 1833. Elle est régie jusqu'à aujourd'hui par la dynastie des Al-Maktoum.

2) Les différentes époques dans l'émergence de Dubaï

1. De la fondation de la ville (du village) au début du 18^e s. jusqu'à la crise de l'ind perlière (concomitance à la gde dépression éco de 1929)
 2. Jusqu'à 1958 (arrivée au pouvoir de Cheikh Rachid Ibn Saïd al-Maktoum). Période difficile, de quasi-famine, incapacité de créer des emplois de substitution pour les anciens pêcheurs
 3. De l'arrivée au pouvoir du Cheik Rachid ibn Saïd al-Maktoum (Rachid est l'inventeur dans les années 1970 du concept de « hub » mondial) jusqu'à la crise récente. Période de prospérité : (construction des 1954 d'un port, lutte continue contre l'ensablement etc.)
- Depuis 1962 l'éco des EAU reste dominée par le pétrole
 - Entre 1971 et 1980 les revenus pétroliers ont été multipliés par 25.
 - Pourtant des inégalités
 - Abou Dhabi détient l'essentiel des réserves et assure près de 80% des exportations, il finance la + gde part du budget fédéral.
 - L'apogée de l'exploitation pétrolière de Dubaï a été atteinte des 1994
 - D'où la quête des dirigeants de Dubaï d'un dév indépendant de leurs ressources énergétiques en voie d'épuisement

Dév d'un hub (non seulement tour mais aussi commercial)

Des 1998, les 2 ports de Dubaï, Port Rachid et Djebel Ali, tous 2 de création récente (1970, 1979) ont transporté plus de conteneurs que le port de Tokyo.

Dubaï une alternative à la méditerranée ou à la Floride ?

Ensoleillement hivernal, longues plages, destination sante, festivals, expo, événement sportifs, compagnie aérienne nationale performante, etc.

La destination Dubaï se met en place dans une volonté de diversification de la monoculture éco du pétrole.

3 Iles artificielles en palmiers, 1 assemblage d'îles en carte du monde, grattes ciel, piste de ski artificiel

Un dév important de l'hôtellerie

- Pas d'hôtel à Dubaï jusqu'aux années 1950
- Ouverture de grands 2 hôtels dans les années 1960
- Années 1970 : arrivée massive à Dubaï de chaînes hôtelières (Sheraton, intercontinental décident la création de 5* à Deira)
- Ds les années 1990 env. 600 000 visiteurs/an résident dans env. 70 hôtels
- A partir de 1992 le secteur explose, notamment ap la création du *Dubaï tourism promotion boarding*, par la suite dans le Dubaï département
- A partir de cette époque Dubaï se positionne plus uniquement comme un hub mais comme un « resort »
- Ouverture de bureaux en Angleterre, fr, USA, Inde, Afr du sud, ds le cadre de l'initiative destination Dubaï
- En 1995 le nb de visiteur a doublé 1,3M/an

Contrôle tour par de grandes compagnies, qui appartiennent à la faille régnante : établissement du jumeirach Beach Group.

1999 : Hôtel Burj-Al-Arab : autoproclamé 7*, hôtel qui se visitait. Double registre : super modernité et patrimonial.

Env. ? 10% du GDP de Dubaï a été investi ds les projets Jumeirah ou autres projets tour gouvernementaux. Mais les chaînes étrangères construisent aussi des archi hôtelière iconiques a Dubaï (Sheraton, Hilton etc.)

En 2010 dans un contexte très difficile (crise mondiale) pour Dubaï : hausse de 9% du nombre de visiteurs. Objectif : 15millions de tour en 2015.

Une diversification rapide du produit tour

Dans les années 60 il n'y avait que quelques lieux ouverts aux visiteurs. Depuis le produit s'est bcp diversifié ac notamment la construction de « Dubailand » (5 parcs à thèmes, en réponse à Disney World mais en plus grand) : un des centres thématiques les plus grandes à l'échelle mondiale.

Beaucoup de centres commerciaux etc. qui fonctionnent comme des lieux tour même s'ils n'en ont pas. Importance du shopping.

Concentration sur le littoral. Zones de conservation dans les terres. Difficile de concilier l'aug de l'urbanisme et le dév durable.

Événement

Lancement d'un « shopping festival » : Sharjah a été le noyau tour originel des Emirats (ac un « ramadan shopping festival ») attirant une importante clientèle russe. L'interdiction de l'alcool a partir des années 1980 a facilité l'émergence du festival de Dubaï dans les années 1990. L'impact du « shopping festival » est considérable (plus de 1 milliard de dollars en 2008).

Lancement en 2001 dus « Dubaï summer surprise festival » pour promouvoir le tourisme.

Le tourisme médical

Dubaï HealthCare City : projet lance par le gouvernement de Dubaï ac pour objectif d'installer sur un même site des institutions médicales de haut médicales de haut niveau couvrant toutes les spécialités de la médecine et de la santé.

= les projets récurrents sont impulsés par le gouvernement

En 2007 : nombre total des visiteurs dans tout type d'établissement (hôtels and hôtel appartements) s'élevait a 6.5 millions.

Burj Khalifa (en l'honneur d'Abou Dhabi qui a permis de financer une partie de la tour) : hôtel décoré par Armani, la tour la plus haute du monde

Une réalité urbaine complexe

Centre ville : commerce artisanal prospère même s'il compte peu à l'échelle de Dubaï, souk (même s'il a été refait)

Politique patrimonial

Aire de conservation : protection et restauration du patrimoine dans la vieille ville (Al Bastakiya).
Recréation et restauration d'endroits emblématiques de la ville, chantiers de fouilles.

Les touristes sont des prescripteurs des restaurations. Cadre des fantômes orientaux.

Une société intenable

Une hiérarchie impitoyable :

- Les pakistanais qui aboutissent

- Les égyptiens et les libanais qui gèrent
- Les européens qui dirigent

Les facteurs de la réussite

- Réinvestissements sur place des revenus pétroliers des émirats de la fédération (autres émirats)
- Esprit marchand et le rôle déterminant de la famille dirigeante des Maktoum (depuis 1971)
- Esprit d'ouverture et de tolérance par rapport a son env. régional
- Capacités logistiques et commerciale qui en ont fait un hub régional
- Les grandes crises régionales (la revo iranienne et la guerre Iran-Irak de 1979 à 1988, la guerre du golf de 1990-1991, la guerre civile libanaise de 1975 à 1991 qui déclassé Beyrouth, l'effondrement de l'URSS, le 11 sept 2001)

Mais Dubaï survivra de cette crise comme de celle de l'huitre perlière qui faisait sa richesse au debut du 20^e s.

06.10.11

Baltimore

Vit en symbiose avec son port (importance du commerce), concentration d'usine et d'entrepotage en accès direct aux quais « en doigts de main » : pb de vacance du front de mer rendra les quais non fonctionnels.

McCormick Building : un des derniers vestiges ind du port de Baltimore (démolie ds les années 1980, on construira un parking), patrimoine matériel et immatériel (odeur d'épices très caractéristiques du port).

1930 : transformation des quais : création de parking, qlq structures fonctionnelles, il reste le chantier naval (qui était lié a la gde hist. ouvrière des EU)

Remontée des bateaux le long du Shakespeare : cout énorme, pb de concurrence (aujourd'hui transport sur terre peu cher : plus de pb)

Elite entreprenante et prospère a investit une partie du capital ds la ville : infrastructures urbaine et culturelle de qualités. Présent encore lors du déclin ds l'immédiat ap guerre.

Effort d'un port ind pour traverser une ère post-ind.

Gds projets de régénération : nouvelles préoccupations des interfaces : mer/ front ind

Deuil de l'ind : Evo de Baltimore 1960-1985 : chute de la pop (pas propre a la ville), la pop qui a les moyens se déplace a Austin, prinston, LV). Ds ce contexte de desind : pb de chômage

+ Changement de sa pop : Les pop aisée son blanche, son conservé ds la ville sont les plus fragile : déséquilibre tres prononcé dans cette 2eme mi 20^e s. pauvreté concentré ds le centre ville.

A son apogée Baltimore comptait presque 1 million d'hab, chute de la pop qui perd presque 40% de sa pop (situation alarmante localement mais situation commune aux autres ports proches).

Malgré les initiatives pr changer sa base éco et opère transition vers éco post ind, elle ne eu pas régler la perte de sa pop. Pop afro-américaine : + de 50%. La pop aug de 38%.

Baisse de l'ind, et aug du tertiaire : ne compensera pas les emplois indus (moins rémunéré etc.).

Du « managerialisme » à « l'entrepreneurialisme » urbain

Les gvt locaux ont réagi à la crise de la désindustrialisation, au chômage structurel et à l'austérité fiscale liée à l'émergence du néo conservatisme (ang + EU) du debut des années 1980 par des politiques « entrepreneuriales » (Harvey). Rupture très visible.

Les caractéristiques de l'entrepreneurialisme :

- Est basé sur le partenariat public-privé. Le secteur prive donne l'impulsion, mais la réalisation des projets nécessite de l'argent public
- Les initiatives prises par les structures partenariales (public-privé) ne st pas tjs rationnellement planifiées et comportent svt des risques importants. Ceci ne signifie pas tjs q le secteur prive remporte les bénéfices et q le secteur public assume le risque, ms q, ds ts les cas, e risque est assumé a un niveau local (ni national, ni régional)
- Les partenariats publics privés mettent l'accent sur des projets qui visent à consolider l'image locale ou à la création d'un env. « *business frendly* » (qui cherche à attirer investissements, entrepreneurs, pop). ils ont par conséquent tendance à négliger les aspects sociaux.

En termes d'aménagement : projets échelonnés dans le temps qui cherche à redév la ville : image positive.

Trois étapes de la rénovation du metrocenter :

- 1) Dév d'un parc ind, d'un pole administratif, renouvellement urbain (raser et reconstruire)

- 2) Réhabilitation des quartiers hist. de Baltimore, construction d'une université ds le centre ville, et surtout renouveler la zone inner harbor (ancienne zone ind)
- 3) Redév de la ville par l'initiative privé.

Tt l'argent public ds qlq projets structurant, n'est aidé par le privé que parce qu'elles pourront réhabiliter plus tard et à leur initiative la ville.

Une politique de redéveloppement tour de congrès et « *le mass entertainment* » négligeant les patrimoines urbains :

Politique de redév on était crée sur des infrastructures hors sol pr attirer un type de clientèle en particulier.

1 des 1^{er} initiatives : construction de 2 pavillons de la Harborplace (angle nord ouest) = projet inédit et revo pour les villes américaine en général = 1980. Pari énorme pros par un développeur. *Festival market place* : non de ce type de dév = centres commerciaux urbains non fermé, archi de qualité de petites tailles, tres inspiré de l'archi portuaire métallique et simple. Achat de chose non quotidienne, différent des préoccupations de la pop du centre ville. Cahier des charges rigoureux pr les locataires du bâtiment : interdiction des franchises, sont encourager les objets originaux, locales de préférence. Et ds les restaurants : trad. culinaire locale (crabe). Volonté de créer à l'intérieur un espace public : place avec animations programmées tous les jours.

= Revo car réinvestissement dans le centre ville. Grand succès commercial.

Espace public (espace cédé quasi gratuitement) mais gestion privé : propreté importante etc. Le cahier des charges peut aller jusqu'à préciser le gabarit du poulet. Tout est extrêmement contrôlé. Les mendiants ne sont pas acceptés.

James Rouse avait déjà fait une construction à Boston : déjà succès d'un ancien marché en *festival market place* : recette qui sera reprise partout, surtout sur les fronts d'eau. Redécouverte des fronts d'eau (même en eur ac Barcelone).

- Centre de congres : 1^{er} infrastructure, décisif pour le marché du tour. Baltimore rentre en compétition avec NY, Boston etc.
- 2 stades (env. 1980) : pr attirer le tour sportif.
- Quartiers résidentiels des interfaces terre/mer: phénomène de gentrification urbaine. Installation nvelle pop jeune de Washington : plaisance
- Musée portuaire maritime autour de bateaux hist. (la constellation)

- Aquarium construit sur une ancienne emprise ind
- Construction d'un ensemble hôtelier sur le front de mer
- Pas de politique de sauvegarder des chantiers navals (matériel et immatériel) : ensemble résidentiel se construit la, seuls les contours de la cale sont conservé pour délimité le parking. = pas de politique patrimoniale.
- Bâtiment construit pour des nécessités ferroviaires a été conservé : patrimonialité de l'importance ferroviaire de la ville.
- Volonté de patrimonialisé l'hist. du baseball de la ville
- Des bâtiments ont survécu : usine de production d'électricité réhabilitée en librairie
- Façadisme : on garde les façades comme decor...

Baltimore est l'archétype du dév de front de mer et du *festival market place*. Littérature très abondante. Interface direct partie visitable (promenade) et la mer : ouvert l'accès à la mer contre les consignes de sécurité.

Une grande densité d'attractions autour de l'Inner Harbor : un terrain de jeu urbain

Plusieurs mini parcs d'attraction qui fonctionne à l'heure ou à la demi-journée.

Juxtaposition d'objets déconnectés les uns par rapport aux autres.

Le privé n'intervient que lorsque les espaces sont viabilisés par le secteur public.

Dév touristique

- Le dév tour de l'Inner Harbor est impulsé par le secteur privé, a été mené par le secteur public grâce à des subventions locales et fédérales (proximité Washington)= av la coupure des subventions fédérales par Reagan ap 1980.
- Il s'agissait d'un investissement risqué, justifié par des effets escomptés dans l'env. immédiat De là on redév.
- Plusieurs quartiers gentrifiés (retour des pop riches vers les centres villes qui poussent les pop plus pauvres à partir vers les périphéries) autour de l'inner harbor et des quartiers en front d'eau accueillent aujourd'hui une nouvelle pop urbaine
- Le dév tour a contribué à la mise en valeur du patrimoine urbain.

Les limites d'un dév tour basé sur le « *mass entertainment* » :

- Les congrès et les événements sportifs st les éléments principaux de la politique tour de Baltimore

- Tous les deux impliquent la construction d'infrastructures lourdes de manière à demeurer compétitifs
- Ils sont hermétiques au patrimoine local, peu intégré ds le produit tour.

Les limites d'un dév éco basé sur les sports et les congrès :

- + qu'une stratégie agressive, il s'agit d'une stratégie offensive
- La construction de stades et de centres de congrès est un processus sans fin et sans impact direct confirmé sur l'éco locale
- selon les estimations, un emploi crée grâce à un équipement sportif coûterait 100 000 dollars en subventions publiques

Comment sortir de « l'enclave » de l'inner harbor ?

En termes spatiaux, le dév tour de la ville trop concentre autour de l'inner harbor présente toutes les caractéristiques d'un territoire auto-org, coupé du reste de la ville, de sa réalité sociale et de ses patrimoines. « Bulle tour ». Baltimore n'est pas un cas isolé.

Comment faire bénéficier toute la ville (effet taches d'huiles) voulu des le départ...

La question du patrimoine et du tour africain américain

Émerge récemment, et témoigne de nouvelles préoccupations.

Émeutes 68 assassinat Martin Luther King : bcp de quartiers blancs deviennent afro américain du jour au lendemain (peur des blancs). Mémoire proche d'une ségrégation avancée.

années 70 : Nbx événements (plus par l'immatériel et le festif) pour témoigner des pop afro. *Heritage festival*. Partout création de musée afro, Baltimore absent pendant longtemps... révélateur d'une difficulté de la ville à prendre en compte ces patrimoines. *Frederick Douglas Row Houses*: grande figure de l'hist afro américaine. Difficile de matérialiser les lieux : on construisant des monuments (statues Billie Holiday etc.) pour avertir. Cimetière afro. Statues de cire dans un petit local de centre ville : deviendra musée dans un quartier noir = risqué car avait déjà trouvé une clientèle ds l'inner harbor = + de 250 000 visiteurs /an. La mémoire a besoin d'encrage.

Mise en évidence du patrimoine : guide exclusivement adressé à la pop afro

Ds les années 2000 : musée Geygal Lewis : grand musée afro en contact ac l'inner harbor. Musée construit sans collection. Acquisition d'objet matériel mais surtout immatériel : mise en récit de l'hist.

afro, par une collecte de témoignage. C'est un musée de l'état du Meriland. Visite du musée est obligatoire pour toutes les écoles du Meriland. Accomplissement majeur de la pop afro.

Pour conclure :

- stratégies de mise en tour ne doivent être évaluées qu'en fonction de leur impact sur l'éco urbaine, l'identité locale, l'intégration des pop marginalisées et fragiles
- Raisonner uniquement en termes de nombre de visiteurs n'a que peu de sens
- L'optique de « tout tour » peut se révéler désastreuse, dans le sens où le tour dépend svt de réalités ext des sociétés réceptrices, sur lesquelles les acteurs locaux n'ont que très peu de marge de manœuvre.
- Sur le plan urbain une des principales difficultés est de « décroiser » la zone de grande concentration tour pr créer des effets de « taches d'huile » ds les quartiers environnants. Il s'avère globalement assez aisé de requalifier une zone urbaine mais bien plus délicat de l'intégrer durablement dans la ville
- En ce qui concerne en particulier le patrimoine, son articulation ac le tour présuppose en amont plusieurs choses : définir de quel(s) patrimoine(s) s'agit-il, quel est le sens de la mise en valeur de ses patrimoines au delà de leur utilisation à des fins de dév tour.

A Baltimore comme ailleurs on ne peut pas se contenter du tourisme hors sol, nécessité de s'ancrer dans un contexte local avec un tourisme de quartier.

Quoi qu'il en soit, le dév tour n'est pas un but en soi (moyen éco, de dév urbain, de patrimonialisation etc.) : il dépend et il doit s'inscrire dans les orientations générales que se fixent les villes (ce que les acteurs ont svt tendance à oublier). Mais il peut s'avérer déterminant pour la mise en évidence de nouveaux patrimoines : le patrimoine afro doit son émergence à son instrumentalisation par les acteurs du tour.

III. Projet urbain, aménagement de l'espace et Méga-équipements le développement de l'espace dans les villes industrielles.

06.12.2011

BILBAO : a trouvé sa place grâce à sa politique d'aménagement + Guggenheim (inauguré il y a 14 ans : success story). ville qui n'avait auparavant aucune vocation touristique.

Les musées sont la 1^{ere} motivation de la destination touristique, alors qu'elle n'est qu'une toute petite partie de son attractivité : elle est issue du besoin d'un projet urbain bien plus conséquent.

Facteurs clés de son dév :

- crise
= en tant qu'opportunité ds le sens ou les acteurs locaux se posent des questions inédites : Bilbao ville t puissante, ind jusqu'aux années 50/60, gde concentration des capitaux, gdes société, gds sièges sociaux et pas que traitement des produits. la crise qui est celle de l'ind, peut être un élément de succès.
- projet urbain global
= ce méga équipement n'a pas été un projet one shot et isolé. Repose sur un vrai projet urbain. pas que stratégie paillette. Accueil de nvx emplois tertiaire
- consensus
= gouvernance entre les acteurs publics et privés. L'urgence de la désind. et le passage vers une nvelle éco tertiaire : priorité absolu par ces 2 acteurs.
- gestion urbaine
= mise en place de structures de gestion public-privé qui avait une marge de manœuvre plus importante que les structures publiques.
- méga-équipement (musée Guggenheim)
= seulement 5^e position : permet la visibilité nécessaire

- archi
= pari claire de Bilbao sur une politique archi forte. Très intéressant pour le tour : *starchitecture*. starchitectes qui répondent a des appels d'offre partout ds le monde, on vend le nom et on permet a la ville de faire aussi une politique d'image basée sur l'œuvre de ces architectes. Lieux deviennent des attractions, pas que pour leur contenu (collections etc.), mais aussi pour le contenant.

= **ville paradigmatique** : 1ere a proposée ce genre de projet, et a fait fantasmé les maires des petites et gdes villes qui ont voulu faire un nouveau Bilbao.

Bilbao : estuaire. dev de ville portuaire : est inconvenant, impossible actuellement car nos gros bateaux ne peuvent plus passer. Glissement 2^e moitié 19^e du port vers l'aval avec création des friches. 1^{er} pb urbain. 2^e pb : les glissements du port, les départs des ind qui vont ac créent des territoires en friche qui sont parfois très visibles et en proximité du centre ville.

mise en place de très grosse projet portuaire, déplacé vers l'embouchure

Bilbao métropolitain

- 12km le long de la rivière
- 30 municipalités
- 900 000 hab
- 3 zones : centre (Bilbao) 380 000 hab. la rive gauche : ind, très touché par la désind, friches. la rive droite qui a été trad. une rive bourgeoise. rivière qui passe entre les 2 : configuration urbaine qui concentre les pb sur la rive gauche.

ville considère encore les rives com des lieux fonctionnels.

Histoire de Bilbao

- 1300 : fondation de la ville
- 1511 : ville commerciale (port)
- 1850 : début de l'ind
- 1975 : crise
- 1983 : innovations (ont plongé la ville ds le chaos pendant des mois : mutation de la ville vers la ville post-ind)
- 1997 : musées Guggenheim

Facteurs clés

- approche globale : ne pas se limiter a une approche sectorielle. l'objectif touristique n'est certainement pas le 1^{er} objectif, vient ap pb de l'emploi, logements et post ind.
- participation de toutes les administrations
- créations d'entreprises publiques de gestion
- qualités des ouvrages publiques (archi, ouvrages d'art)
- projets clés : -assainissement de la rivière / nouveau port en dehors de la ville. métro / projets urbains / musée Guggenheim

- une vision : la rivière comme lien métropolitain.

Démarche volontariste. Aujourd'hui n'est plus exceptionnel : on suit son exemple. La rivière est le lien métropolitain.

Saint-Nazaire : même approche dans cette prospection très volontaire : dév le long de l'estuaire. se base sur l'estuaire de la Loire. Une identité créée autour du fleuve.

Ce qui diffère Bilbao des autres villes qui ont subi la désindustrialisation : c'est **l'argent local au niveau départemental**. Ce n'est pas un projet urbain, mais départemental, car capitaux issus de la prospérité du 19^e s. encouragé localement, porté par de fortes revendications locales collectives. Lieu vitrine d'un projet qui a dépassé sa motivation locale.

il y a eu pendant longtemps d'autres projets de création de Guggenheim dans d'autres villes. 100 millions d'euros ont été mis sur la table pour acheter la franchise de Guggenheim : ce qui n'est pas le cas des autres villes.

Régénération environnementale

- pollution de l'air
- nouveau système d'assainissement
- nettoyage de la rivière
- récupération des bords de la rivière : création de promenades
- nouvelles zones vertes

Projets urbains

- nouvelles possibilités : industries qui ferment / le port / renouvellement du chemin de fer
- nouveaux plans
- nouveaux outils (Bilbao 2000 : vision stratégique du projet urbain par un organisme public/privé)
- vision : récupération du centre ville

Culture et loisir

- port de récréation
- palais de congrès et opéra
- musée maritime
- BilbaoArte
- extension du musée des BA
- Guggenheim Bilbao : révolutionne l'histoire de l'architecture 1997 : le bâtiment a été créé en maquette qui a été digitalisé.

« Effet Bilbao ».

En terme de fréquentation du Guggenheim : 2^{ème} place après le Prado : extraordinaire.

success Guggenheim

- un bon architecte

- son meilleur projet
- la « marque » Guggenheim (fondation américaine)
- le *timing*
- une ville peu connue touristiquement

Les apports de Guggenheim

- archi
- succès médiatique, Bilbao a été connu
- éco, visiteurs et chiffre d'affaires
- changement de mentalité de Bilbao (ouverture, orgueil etc.)
- effet sur le monde de l'art (musée des BA et nouvelles galeries d'art).