



HAL
open science

Architecture, image de la ville et attractivité territoriale : le cas du Havre : une approche communicationnelle

Dominique Noc

► **To cite this version:**

Dominique Noc. Architecture, image de la ville et attractivité territoriale : le cas du Havre : une approche communicationnelle. Sciences de l'information et de la communication. 2017. dumas-03120176

HAL Id: dumas-03120176

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03120176>

Submitted on 25 Jan 2021

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

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Entreprises et institutions

Option : Entreprises, institutions et collectivités territoriales

Architecture, image de la ville et attractivité territoriale

Le cas du Havre : une approche communicationnelle

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Sophie Corbillé

Nom, prénom : NOC Dominique

Promotion : 2016-2017

Soutenu le : 29/11/2017

Mention du mémoire : Bien

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier l'équipe pédagogique du CELSA pour la grande qualité de l'enseignement dispensé.

Je remercie aussi les personnes qui m'ont distillé de précieux conseils théoriques et méthodologiques durant l'élaboration et la rédaction de ce mémoire. Il s'agit de mon tuteur universitaire, Madame Sophie Corbillé, enseignante chercheur au CELSA et de Monsieur Guy Baculard, mon tuteur professionnel qui m'a communiqué son intérêt pour la discipline de l'attractivité territoriale.

Je tiens à remercier aussi les personnes sans qui cette reprise d'études n'aurait pas été possible. Il s'agit de Véronique Gélard, responsable de la Communication interne à la Ville du Havre, qui a prodigué ses avis éclairés tout au long de ce parcours et a permis d'adapter l'organisation professionnelle me permettant ainsi la bonne conduite de ces études, ainsi que l'équipe des Ressources humaines de la Ville du Havre qui a contribué à la réalisation de mon projet.

Je remercie également ma fille Shabbaz, ma famille, mes proches, mes amis, mes camarades de promotion et mes collègues de travail qui m'ont témoigné leur soutien infailible durant ses deux années d'études.

Table des matières

Introduction	4
Première partie.....	12
Le Havre : lieux de vie et paysage de béton, une difficile réparation.	12
A. Les formes de la ville.....	12
1) Identité réelle, image perçue.....	12
2) Paysage urbain, apparences de la ville	15
3) La construction d'une image négative.....	17
B. La Reconstruction.....	18
1) Lieu de mémoire et de sanctuarisation	18
2) L'atelier Perret : béton armé et paysage imposé	19
3) Une approche urbaniste insuffisante ?.....	22
C. L'heure de la reconnaissance : La ville-monument.....	24
1) Légitimation et valorisation du patrimoine - la labellisation.....	24
2) Un patrimoine sans appropriation.....	29
3) Images de la ville et préjugés.....	32
Conclusion partielle (première partie).....	33
Deuxième partie	36
Positionnement géographique et contexte mondial : bâtir son attractivité.....	36
A. Ressources spécifiques du territoire havrais	36
1) Caractéristiques du territoire.....	36
2) Immeubles porte-flambeaux & « starchitects »	39
3) Le Havre, une terre d'architectures contemporaines	42
B. Un environnement concurrentiel	43
1) Port mondial, mondialisation et compétitivité.....	43
2) Le défi touristique et compétitivité	44
3) La métropolisation du territoire	47
C. La nouvelle image, des facteurs d'attractivité	49
1) Attractivité : une mission, des moyens pour agir	49
2) La dynamique des nouvelles idées	51

3) De « Stalingrad-sur-Seine à Manhattan-sur-Mer »	53
Conclusion partielle (<i>deuxième partie</i>)	54
Troisième partie	57
La création d'une nouvelle empreinte dans la mémoire collective	57
A. L'évènementiel et l'artialisation de la ville, nouveaux vecteurs de mobilisation et de création d'image	57
1) « Un été au Havre 2017», une célébration architecturale des 500 ans	57
2) La place des œuvres d'art dans la ville	62
3) Les retombées médiatiques, <i>LH dans les grands médias</i>	63
B. Créer la dynamique pour mettre la ville en mouvement.	66
1) Fédérer les partenaires et la population	66
2) Réhabiliter les friches industrielles, réinvestir les quartiers défavorisés	67
C. Préconisations communicationnelles	69
1) Susciter l'envie de découvrir Le Havre.....	69
2) Favoriser la réappropriation de la ville	70
3) Mettre en avant sa politique d'excellence	72
4) Enseigner la lecture architecturale et favoriser la réappropriation de la ville	73
5) Plan de communication	74
Conclusion partielle (<i>troisième partie</i>)	75
Conclusion de mémoire	77
Bibliographie	80
Annexes	83
Transcription des entretiens	101
Résumé	120
Mots clés	121

Introduction

Au cours de l'été 2017, le Havre célébrait le 500^e anniversaire de la fondation de son port et de la ville voulus par François 1^{er} et créait un évènement culturel marquant intitulé « Un été au Havre ». Spectacles de rues gigantesques, installations artistiques monumentales dans l'espace public, œuvres plasticiennes et interactives valorisant le patrimoine ou en créant un nouveau, autant d'évènements à destination des habitants et des estivants, mais visant surtout à susciter l'intérêt des visiteurs attendus de France et dans une moindre mesure, du reste de l'Europe.

Au-delà de la célébration festive, un des principaux objectifs stratégiques de communication fixé par le commanditaire est de créer un évènement à forte valeur médiatique afin d'installer la ville sous le feu des projecteurs et profiter du « buzz » médiatique occasionné pour montrer un autre visage de la cité portuaire. Car le véritable enjeu est de changer la perception de la ville qui jusqu'alors a souffert d'une mauvaise image.

Présentation du sujet : ville, architecture & attractivité

« Stalingrad-sur-Seine ». C'est le surnom explicite par lequel les Havrais ont désigné jusqu'au milieu des années 90, leur ville reconstruite après la Seconde Guerre mondiale. Le terme ne faisait pas seulement allusion aux 40 années d'administration sous municipalités communistes (1956-1995), il symbolisait aussi le malaise éprouvé par un grand nombre d'habitants à l'égard de cette ville de béton, héritage bien difficile à s'approprier.

Pour comprendre l'origine de ce ressentiment il faut remonter le cours de l'histoire, en amont des bombardements de 1944 qui causèrent la perte de la ville.

Nous sommes au milieu du 19^e siècle, une période qui constitue l'âge d'or du Havre puisque la ville connaît enfin un véritable essor économique après trois siècles d'une genèse difficile (le port et la ville ont été construits sur une zone marécageuse hostile). Sa population croît rapidement avec l'afflux d'une main d'œuvre venue des campagnes locales

mais aussi de Bretagne et d'Alsace, ainsi que de riches entrepreneurs anglo-saxons et armateurs nordiques qui s'installent tandis que le commerce et l'activité industrielle explosent.

Au fil du temps, la ville est devenue une station balnéaire à l'instar de ses voisines : Honfleur, Deauville ou Étretat, et fréquentée par les Parisiens qui apportent les courants intellectuels et culturels (*Claude Monet peint, Impression, soleil levant, 1872, dans le port du Havre*¹). Elle est cosmopolite, c'est la Belle époque et les Bains maritimes font leur apparition en front de mer ainsi qu'un casino où se réunit la bourgeoisie locale. Seuls troubles notables, l'agitation ouvrière, la grogne des dockers et les premières tensions sociales de la fin du 19^e siècle.

La Seconde Guerre mondiale touche à sa fin et après quatre années d'occupation allemande la ville s'apprête comme ses voisines normandes, à être libérée à son tour. Une importante garnison ennemie encore présente - pour défendre le port déjà détruit et qui abritait les sous-marins du Reich - ne semble pas opposer de résistance particulière.

Pourtant, le 5 septembre 1944, les bombardements alliés² déchaînent la foudre durant quatre jours sur le centre-ville. C'est l'incompréhension³. Le bilan est lourd : on compte plus de 2000 victimes, 12 500 immeubles sont détruits et la ville est rasée à plus de 80 %.

L'État fera de la reconstruction rapide de la ville une priorité absolue. Mais cet évènement tragique restera une perte profonde, générateur d'un traumatisme durable dans la mémoire collective des habitants et lourd de conséquences sur le développement de la ville durant plusieurs décennies.

¹ Cf. annexe 2. L'œuvre est considérée comme le point de départ du mouvement pictural « *Impressionnisme* »

² Opération « *Astoria* » dirigée sous le commandement de la Royal Air Force. Cf. Annexe 1 : photos de la ville rasée.

³ Julien LICOURT. « 70 ans après, Le Havre s'interroge toujours sur sa destruction », <http://www.lefigaro.fr/histoire/2014/09/05/26001-20140905ARTFIG00276-70-ans-apres-le-havre-s-interroge-toujours-sur-sa-destruction.php>

Intérêt du sujet : changer l'image défavorable du Havre

Jusqu'au milieu des années 2000, le Havre a donc véhiculé l'image d'une ville post-industrielle en déclin et inhospitalière : faite de béton, rongée par les crises économiques et les fermetures successives de ses grands complexes industriels et chantiers navals.

Elle enregistre un taux de chômage supérieur à la moyenne nationale et reste à l'écart du développement urbain dont profitent à la même période, d'autres villes comparables comme Nantes ou Bordeaux.

Sa réputation a des effets néfastes non seulement sur son développement économique, mais aussi sur ses habitants qui pendant des années ne nourriront pas ce sentiment de fierté et d'appartenance nécessaire à l'animation et à la dynamique d'une ville.

C'est finalement à la faveur des volontés politiques locales, conséquence des politiques de décentralisation des années 80 – nouvel essor des communes, recherche de recettes propres et autonomie de gestion, redécoupage administratif et compétitivité territoriale, enjeux liés à la nouvelle taille des collectivités, etc. - que la ville a entrepris au cours des années 90, de déployer sa politique d'attractivité pour relancer son développement économique et accroître sa démographie.

Tandis que les dernières lois de décentralisation qui favorisent la fusion de territoires ont donné aux collectivités les outils - issus du monde de l'entreprise - leur permettant de se distinguer sur ce qu'il convient de nommer « le marché de l'attractivité territoriale », leur image devenait un facteur-clé de la stratégie de « marketing » territorial pour attirer à elles les investisseurs et les populations qualifiées.

D'autres grandes villes ont conduit leur transformation avec succès en s'appuyant sur une identité existante ou à « réinventer ». Ainsi, Nantes s'est construit un patrimoine culturel empreint d'imaginaire et d'art de rues, Strasbourg a développé une notoriété institutionnelle acquise notamment en accueillant le siège du Parlement européen, Marseille a bâti sa nouvelle image de capitale européenne de la culture et du sport, et Lyon s'est affranchie de l'image réductrice de deuxième ville de France pour se muer en métropole européenne rayonnante devenue aussi « Ville - Lumière ».

Le Havre est la 13^e ville de France⁴ et connaît à son tour un regain d'intérêt grâce aux efforts consentis depuis plusieurs années. Avec ses principaux partenaires, le Port autonome, la Chambre de Commerce et d'Industrie, l'Office du Tourisme et la Communauté d'Agglomération, elle compte sur les investissements réalisés et leurs retombées en termes d'image pour engendrer la dynamique tant souhaitée pour relancer l'économie locale, le commerce de proximité, accueillir de nouvelles entreprises et relancer sa dynamique de l'emploi et du secteur touristique.

Quelques repères chiffrés :

- 175 599 habitants (1^{er} janvier 2017) pour la ville, 230 000 pour l'agglomération
- Le bassin représente une zone d'emploi de 350 000 habitants, avec 155 000 emplois (17,5 % dans l'industrie, 42 % dans le commerce, les transports et les services)⁵.
- 1^{er} port français pour le commerce extérieur, Grand Port Maritime du Havre (GPMH)
- 1^{er} hub logistique français, avec plus d'1 million de m² d'entrepôts en exploitation
- Pôle industriel de 1^{er} plan - 1 200 établissements industriels, pour 31 000 emplois – la Zone Industrielle Portuaire du Havre rassemble des spécialités diversifiées : chimie, automobile, mécanique, aéronautique, énergie...
- Une plage de 2km en centre-ville avec un front de mer aménagé et animé sur 30 000 m²
- Une promenade littorale de 6 km
- Un port de plaisance de 1 400 anneaux
- 1^{er} port de la façade Manche-Atlantique pour les croisières
- 727 ha d'espaces verts, soit 35 m² / habitant
- Un port de plaisance de 1 400 anneaux
- 1^{er} port français pour le commerce extérieur
- 1^{ère} ville en nombre de licenciés à la Fédération Française de Voile
- 1 scène nationale, le Volcan
- 1 stade ultramoderne de 25 000 places inauguré en 2012
- 12 500 étudiants.

⁴ cf. Annexe 3. Références INSEE - 2015.

⁵ Agence Le Havre Développement. www.havre-developpement.com

La problématique et les hypothèses

Afin de mener cette réflexion avec un fil conducteur cohérent, nous avons formulé la problématique suivante :

En quoi l'architecture du centre reconstruit est un élément-clé de l'image du Havre et dans quelle mesure peut-elle être favorable à l'attractivité de la ville ?

Dans l'optique d'apporter une réponse professionnelle et pragmatique à cette question, nous avons formulé trois hypothèses de départ :

1^{ère} hypothèse :

La ville du Havre, dans sa matérialité et son image, est souvent associée à la reconstruction de l'après-guerre ayant suivi sa destruction. Jusqu'à présent, cette architecture a agi négativement sur son image et sa représentation par ses habitants.

2^{ème} hypothèse :

L'image de la ville n'est cependant pas réductible à la seule architecture de la reconstruction. Dans un contexte territoriale concurrentiel, Le Havre a développé depuis, une politique architecturale et patrimoniale ambitieuse pour accompagner la population dans la réappropriation de sa ville, participant ainsi à bâtir sa singularité et son attractivité.

3^{ème} hypothèse :

Les célébrations en 2017 du 500^e anniversaire de la fondation du Havre ont pour objectif d'enrichir l'image de la ville et de sa singularité architecturale. Il s'agit de refermer une parenthèse de 70 années tout en l'inscrivant dans le cadre d'une histoire plus longue afin de dépasser le « traumatisme » de la reconstruction, de reconnaître les spécificités multiples de la ville et de se tourner vers l'avenir.

La méthodologie

Les questions liées au développement de l'attractivité des territoires sont devenues omniprésentes dans la réflexion du communicant aujourd'hui. Le travail d'étude et de recherche est d'autant plus intéressant qu'il relève d'un cas réel avec une problématique palpable de communication et un enjeu pour l'économie, le rayonnement du territoire et sa perception par ses habitants.

Pour cette recherche nous avons adopté une démarche pragmatique fondée sur l'expérience et l'observation personnelles et professionnelles datant d'une quinzaine d'années, mais aussi une approche théorique et avons conduit une série d'entretiens semi-directifs, réalisés auprès d'un panel d'acteurs œuvrant au développement du territoire havrais. Ces personnes sont légitimes parce qu'il s'agit de leur activité professionnelle, parce qu'elles sont des acteurs du changement et de l'amélioration de la ville mais aussi parce qu'elles connaissent parfaitement l'histoire de la ville et manifestent leur attachement et s'investissent sous des formes variées.

À travers ces interviews⁶ nous avons voulu savoir quels axes stratégiques sont mis en place, de quels moyens disposent les acteurs pour agir et comment ils perçoivent les transformations architecturales et celles du cadre de vie ? Comment ces changements affectent la population et comment sont-ils perçus ? Comment se traduisent-ils dans la manière dont les habitants vivent et redécouvrent la ville ?

Afin de mesurer l'impact contemporain de l'architecture sur le centre-ville et pour ses habitants, nous d'abord rencontré Jean-Philippe RAYBAUD, architecte urbaniste en charge du centre reconstruit et Christelle STADNYK, architecte urbaniste en charge du centre ancien afin de recueillir leur sentiment sur la perception des havrais sur la ville aujourd'hui.

Nous avons sollicité Vincent DUTEURTRE, directeur des Bâtiments, architecte urbaniste en charge en 2005 du dossier du classement au patrimoine mondial de l'UNESCO. Son regard rétrospectif et actuel sur la transformation de la ville en patrimoine remarquable nous a permis d'apprécier le chemin parcouru et ce qui reste encore à faire.

⁶ Voir transcription des entretiens en annexe p. (101).

Nous nous sommes entretenus avec Sébastien ÉLIE, Émilie LEPROUST et Raphaël GOGORIAN, tous trois chargés de mission attractivité à la Communauté d'Agglomération havraise (CODAH) afin de partager leur vision opérationnelle sur la manière dont les pouvoirs publics agissent concrètement sur le bassin.

Nous nous sommes entretenus avec Eric BAUDET, directeur de la Communication à l'Office du Tourisme de la région havraise afin de mettre en perspective la politique tourisme, fer de lance de l'attractivité du Havre.

Enfin, nous avons sollicité Ludivine BAYON, chargée de mission auprès du Directeur Général des Services de la CODAH et Matthieu HÉBERT, Havrais amoureux de sa ville et porteur de plusieurs projets associatifs visant à animer la ville, pour leur parfaite connaissance du territoire et l'intérêt qu'ils manifestent au quotidien pour l'amélioration de l'image de la ville.

Ces interviews ont pour but d'apporter la matière à partir de laquelle nous démontrerons le lien qui constitue le fragile équilibre entre les trois composantes de notre problématique : **l'architecture** de la reconstruction de la ville a engendré une **image** qu'il convient de revisiter afin de créer une nouvelle identité visuelle forte et **attractive**, et permettre au territoire de connaître un essor, un rayonnement nouveau synonyme de développement économique. L'approche adoptée ici sera donc du type hypothético-déductif.

Nous avons analysé le site « *unesco.lehavre.fr* », sur lequel la Ville du Havre présente sa démarche de création et de valorisation de son patrimoine inscrit sur la liste mondiale de l'UNESCO. Nous nous sommes appuyés sur le site de l'Office de Tourisme de l'Estuaire de la Seine, « *lehavretourisme.com* », où la ville est présentée dès la page d'accueil comme la « station nautique de Paris » et comme une ville d'architectes.

Présentation du plan

Nous proposons d'étayer notre démonstration de manière à répondre à la problématique posée en trois temps :

Dans une première partie nous nous intéresserons au concept d'image et à la notion d'identité. Nous étudierons les différentes manières dont la matérialité architecturale a pu agir sur les perceptions de la ville et de son image, ainsi que les conséquences que cela a engendrées. Cela nous conduira à de nouvelles interrogations : comment changer l'image d'une ville ? Quelle est la place du patrimoine dans cette démarche ?

Puis, dans une deuxième partie nous étudierons le territoire et ses spécificités. Nous élargirons aussi notre étude au contexte concurrentiel afin de distinguer les atouts et les faiblesses de la ville sur le plan de l'attractivité : comment communiquer sur une image déjà construite et défavorable ? Quels sont les moyens et la dynamique à mettre en œuvre ?

Enfin, dans une troisième partie et à travers le prisme des sciences de l'information et de la communication, nous observerons et analyserons les effets de la célébration de cette singularité architecturale. Nous verrons comment elle contribue à créer de l'identité et dans quelle condition elle parvient à produire un « *story telling* » propre, condition indispensable pour la conduite d'une politique attractive efficace et cohérente. Cela nous conduira aussi à poser la question : pour qui est faite la ville ?

En conclusion nous proposerons des pistes pour des projets de communication réalistes afin d'imaginer une suite au travail déjà accompli et envisager les conditions de la poursuite d'une démarche visant à améliorer l'image de la ville du Havre.

Première partie

Le Havre : lieux de vie et paysage de béton, une difficile réparation.

A. Les formes de la ville

1) Identité réelle, image perçue

L'objet soumis à l'étude scientifique se présente sous deux formes : la première, la **forme réelle**, physique ou biologique, est celle de son existence au-delà de toute conscience intérieure ou extérieure. La seconde, la **forme perçue**, est celle qui pénètre les sens et ouvre la voie aux interprétations. Elle est aussi celle par laquelle l'objet existe dans nos consciences. Saussure cherchait ainsi à définir l'objet scientifique : « ...*bien loin que l'objet précède le point de vue, on dirait que c'est le point de vue qui crée l'objet*⁷. »

Cette dualité d'appréhension de formes s'applique aussi à la ville dès lors qu'elle devient l'objet d'étude et l'on constate à la lecture des ouvrages des urbanistes et des chercheurs en sociologie urbaine⁸ que ces formes coexistent et sont intimement liées.

Avec la première forme, dans sa réalité physique donc - voire « *physiologique* », la ville est déterminée par sa localisation géographique, sa topographie et ses éléments constitutifs : ses rues, ses édifices, ses quartiers, ses paysages, son atmosphère, etc. À propos de la forme réelle, Chantal André⁹ indique qu'une ville c'est tout d'abord un physique : une population exprimée en nombre d'habitants, des infrastructures, un environnement, etc. Cette caractéristique est essentiellement factuelle et statistique. C'est aussi le critère qui caractérise l'identité que le *Larousse* définit philosophiquement comme : « le caractère permanent et fondamental de quelqu'un, d'un groupe, et qui fait son individualité, sa singularité ». Appliquant cette définition à la ville, nous parlerons ici de son **identité réelle**.

La seconde forme relève des sens de celui qui observe. Elle est donc déjà une interprétation. Elle est un moyen, un véhicule pour appréhender le sujet, l'évoquer ou encore le décrire soit parce qu'il n'est pas à proximité immédiate, soit, et c'est le cas d'un objet comme la ville, parce qu'il est trop important pour être embrassé d'un seul regard. Cette interprétation vise

⁷ Ferdinand de SAUSSURE. – *Cours de linguistique générale*, 1914

⁸ Clément ORILLARD, Jacques LOLIVE, Nathalie BLANC, etc.

⁹ Chantal ANDRÉ, in *Politiques et management public* Année 1987 Volume 5 Numéro 4 pp. 51-64

à créer une représentation mentale qui se substitue à la chose en son absence. Elle constitue une vision, une représentation qui forme son image. C'est l'**image perçue** par les habitants ou les voyageurs. C'est ce que l'on dit à son propos, fruit des échos renvoyés au reste du monde.

Par l'image, on entend d'une part, l'image matérielle, celle transmise sous les formes médiatiques actuelles (photos, vidéos, cartes postales, décors cinématographiques, etc.), et d'autre part, l'image mentale, donc immatérielle et qui se crée dans les esprits de ses habitants qui l'imaginent tantôt comme une fiancée (qu'ils aiment) ou tantôt comme une muse (qui les inspire) ou encore par ceux qui rêvent de la découvrir (ils la convoitent) avec ses parfums, ses accents particuliers et qui font d'elle un objet unique d'attraction. La distinction entre ces deux formes n'est pas toujours aisée. Elles possèdent chacune un pouvoir immense et interagissent en permanence.

Si l'on considère, comme l'indique Emeric Deutsch¹⁰, que « *la fonction de l'image est de faciliter l'appréhension et la mémorisation de l'objet en le remplaçant par sa représentation figurative* », on comprend que la production d'une image permet de ramener mentalement une réalité complexe à un certain nombre d'éléments plus simples. On saisit aussi que dans l'image les caractéristiques intrinsèques et extrinsèques sont étroitement liées.

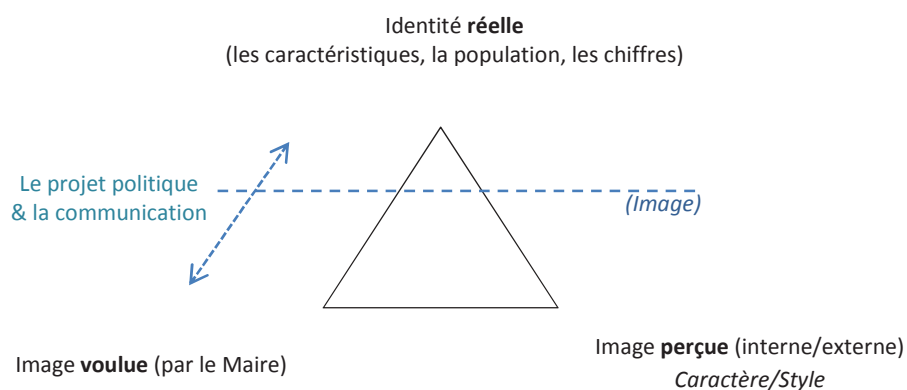
Chantal André indique encore que la ville possède un caractère et un style. Le premier peut être défini par son calme ou bien son côté vivant, agité voire séduisant. Dans son style, elle peut être snob, décontractée ou ringarde. Mais ces deux critères renvoient au subjectif et tendent à personnifier la ville en lui prêtant des traits de caractères humains. Ils se réfèrent à une projection (individuelle ou collective) plus ou moins partagée de la ville.

Mais la ville est un objet complexe auquel la notion d'image ne peut être associée qu'à la lecture d'un prisme aux multiples facettes. En effet, la ville comporte à la fois des éléments concrets (bâtiments, rues, parcs, ponts, etc.) et perceptibles, mais aussi des éléments plus diffus comme ses quartiers, ses atmosphères, etc. De même, elle n'est pas figée. Elle est en mutation permanente, son expansion est géographique et elle évolue aussi dans le temps.

¹⁰ Emeric DEUTSCH, *La psychologie sociale appliquée à la communication*, cours de l'I.E.P, Paris, 1981.

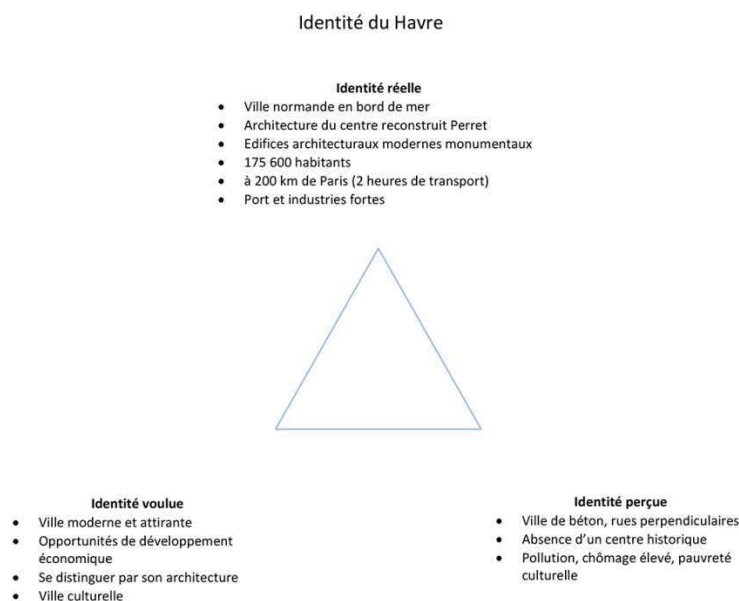
À la lumière de la méthode employée au sein du cours « *Territoires et pouvoir : analyse et stratégie* » de Jean Gayet, professeur intervenant au CELSA, nous parvenons à distinguer de nouvelles formes de la ville.

La méthode consiste à représenter la ville à l'aide d'un schéma illustrant son **identité réelle** (que nous avons observé en premier lieu), son **identité perçue** (la manière dont se la représente les habitants, les voyageurs, les médias, etc.) et son **identité voulue** que l'on peut définir comme le projet politique qui souhaite en dessiner les nouveaux contours).



Il apparaît ici, que le premier critère renvoi à l'identité tandis que les deux autres se réfèrent à l'image perçue. Dans notre étude, en appliquant cette méthode à la ville du Havre, on obtient la représentation suivante :

Figure 1



L'identité réelle du Havre présente une ville avec des caractéristiques fortes : un port, une plage, une ville basse et une ville haute séparées par une falaise costière, une unité architecturale moderne en béton, des rues articulées selon la géométrie d'un quadrillage, des bassins de mer au cœur de la ville, une immense zone industrielle et de nombreuses friches, les anciens quartiers dockers. Ces caractéristiques physiques ont donné lieu à une représentation figurative et mentale toute aussi forte. C'est ce que Kévin Lynch¹¹ a appelé *l'imagibilité* ou la visibilité, cette image devient alors un facteur déterminant. On constate aussi qu'il règne un antagonisme entre l'image perçue par ceux qui y vivent, et la manière dont les autres (qui ne la connaissent pas) l'imaginent à travers une représentation collective faite de « clichés ».

Mais, attardons-nous un peu sur l'image de la ville perçue par ses habitants. Dans *L'Image de la Cité*, Lynch postule que les citoyens ont une capacité à se former une image mentale et partagée relativement forte de leur ville. La création de cette image s'appuie selon lui sur trois critères : l'**identité**, la **structure** (spatiale et paradigmatique) et la **signification** (émotive ou pratique).

Au lendemain des bombardements de 1944, les Havrais découvraient un paysage de désolation. Ils ont été dépossédés de la matérialité de leur ville, ce qui a conduit à une perte d'identité. L'expérience brutale et traumatisante vécue a aussi provoqué la disparition de l'image qu'ils s'étaient construite. Cette dimension psychologique est importante à de nombreux égards car la destruction de la ville s'est accompagnée d'une destruction (au moins partielle) de leur identité d'habitants. En cela, le processus de la reconstruction de soi et celui de la reconstruction de la ville sont fortement liés.

2) Paysage urbain, apparences de la ville

Il est assez aisé de décrire physiquement la ville reconstruite à l'aide des éléments de Lynch : « Les formes physiques d'une ville peuvent être classées en cinq éléments : les voies, les limites, les quartiers, les nœuds et les points de repères. »

¹¹ Kévin LYNCH, *L'image de la cité*, Paris, Dunod, 1999

Avec sa trame quadrillée qui détermine rues et avenues¹², îlots et bâtiments, le centre reconstruit possède une structure architecturale très marquée qui produit une image forte et caractérisée par son unité.

Cette unité se retrouve dans sa conception architecturale puisque la ville a été entièrement conçue par l'architecte Auguste Perret et son atelier constitué autour de ses disciples. C'est aussi une unité de lieu puisqu'elle occupe un espace de 150 hectares en un seul tenant, et qu'aucun élément de cette reconstruction ne se retrouve en dehors du périmètre.

C'est encore une unité de matière dont tous les éléments structurels ou décoratifs sont entièrement réalisés en béton armé.

Enfin, c'est une unité temporelle puisque la ville a été reconstruite sans interruption entre 1949 et 1963.

Jean Bailly¹³ insiste sur la dimension subjective de l'image : « L'espace n'existe qu'à travers les perceptions que l'individu peut en avoir [...] La perception est symbolique et les images expriment en partie le contenu subjectif et affectif de la ville. On dit qu'une cité est triste, grise, ensoleillée, dynamique ou conservatrice. On lui donne donc des qualificatifs comme à un individu. Elle devient une structure vivante. »

Puis, la perception de l'image de la ville par ses habitants a connu diverses phases au cours de la reconstruction, passant de la perplexité inspirée par la nouvelle forme imposée à la fierté du nouveau projet moderne réalisé. Vient ensuite le temps de l'expérimentation et de l'appropriation de la vie dans ce nouvel habitat tandis que les anciens repères cèdent la place à de nouvelles pratiques. Il faudra encore faire face à l'inévitable comparaison avec les autres villes historiques restées plus « authentiques ».

À ce stade, la question de la réappropriation reste douloureuse et il faut attendre plusieurs années pour que les jeunes générations de Havrais puissent à leur tour accepter plus facilement ces constructions.

Mais l'image que l'on a de soi se forme aussi à travers le regard de l'autre. Eugène Enriquez¹⁴ indique que « Nous ne pouvons nous voir que parce que l'autre nous voit et nous parle de nous. C'est donc par une identification à l'image des autres sur soi que nous pouvons avoir

¹² cf. Annexe 4 : Maquette de la Porte Océane

¹³ Jean BAILLY, *La perception de l'espace urbain*, Paris, Centre de Recherche d'Urbanisme, 1977

¹⁴ Eugène ENRIQUEZ, *Imaginaire social, refoulement et répression dans les organisations*, Connexion, 1983, p. 68.

une image de nous-même. ». Il pose ainsi que « l'homme cherche dans le regard, la voix d'autrui, [...] la preuve de son existence et de son identité ».

3) La construction d'une image négative

Le programme de réhabilitation du logement rapidement mis en place après la guerre était novateur et c'est une véritable prouesse qui a été accomplie afin de redonner aux Havrais un lieu de vie. Pour autant, certains observateurs posaient un regard critique sur le Havre, qui vu de l'extérieur après la guerre, restait un port. L'image persistante d'une ville portuaire industrielle triste avec ses grands quais pavés, battus par la pluie, s'est créée. Ce cliché s'est vu confirmé par les nombreuses photographies de presse et représentations cinématographiques qui ont circulé durant des décennies¹⁵. Et tandis que les 30 glorieuses offraient un tremplin économique à d'autres grandes villes de France, le Havre restait une ville peu attrayante dans la représentation collective, renforçant des préjugés plus ou moins fondés sur un climat météorologique et social détestable et des paysages post-industriels sombres.

L'analyse et l'observation de la presse des années 70 jusqu'à la fin des années 90 fait apparaître une collection d'articles essentiellement consacrées aux faits divers, à la criminalité et au sordide. Ainsi, jusqu'aux années 2000, les principales représentations de la ville dans les médias nationaux sont des références à des rixes entre bandes de « skinheads », aux pics de pollution atteints, aux prises records de cocaïne effectuées par les douaniers du port, aux fermetures d'usines ou des chantiers navals ou encore aux mouvements de grève à répétition des ouvriers et des dockers. C'est un résumé non exhaustif du type d'actualités à partir desquelles s'est construite l'image de la ville aux yeux des Français, dans la presse locale et nationale.

À ce stade, on peut affirmer que jusqu'au début du 21^e siècle, l'image que les habitants et les observateurs extérieurs ont de la ville est majoritairement négative.

Ainsi, Chantal André indique que « vivre dans une ville qui est perçue comme une ville de béton, une ville dortoir, une ville salle, une ville dans laquelle on n'aimerait pas aller habiter est très dévalorisant, cette situation allant même jusqu'à créer chez certains habitants un

¹⁵ Cf. Annexe 5 : représentations iconiques des quais du Havre dans le cinéma des années 30

sentiment de honte ». On comprend alors l'importance de l'image de la ville dans la perception qu'en ont ses habitants. « Notre lieu d'habitation, au même titre que notre profession, nous donne un statut social. Dire que l'on habite à Neuilly ou dire que l'on habite à Sarcelles n'est pas sans conséquence ».

La « mauvaise image » d'une ville est une problématique fondamentale de marketing territorial et le décalage entre sa réalité et la manière dont elle est perçue, un frein à son développement. Si une ville a une mauvaise image les habitants n'y viendront pas volontairement mais seulement parce qu'ils n'ont pas le choix (loyers moins élevés, logements vacants, etc.). De même, les entreprises auront du mal à venir s'y implanter (ex. « *Bureaux en blanc* »¹⁶) en raison des difficultés à faire venir les cadres et à conquérir des parts sur un marché peu dynamique.

B. La Reconstruction

1) Lieu de mémoire et de sanctuarisation

Avant de mener plus loin cette analyse de la reconstruction de la ville, attardons-nous sur le constat de Pierre Nora¹⁷ : « L'histoire d'un lieu ou d'un événement, s'écrit sous la pression de la mémoire collective ». Selon lui, cette mémoire cherche à compenser le déracinement historique du social et l'angoisse de l'avenir par la valorisation d'un passé qui jusque-là, n'était pas vécu comme tel.

Nora développe le concept de « lieu de mémoire » qui peut se retrouver sous des formes variées. Il peut s'agir d'archives, de commémorations symboliques ou encore de monuments architecturaux. Ainsi, si l'on observe le centre reconstruit et son architecture monumentale à la lumière de ce concept on s'aperçoit que le souvenir s'y fixe en une représentation, et que le centre et son architecture s'impriment dans les mémoires. Selon l'auteur, l'objet devient lieu de mémoire quand il échappe à l'oubli. C'est le cas, lorsqu'une collectivité réinvestit

¹⁶ Le projet des « *Bureaux en blanc* » a vu bâtir une grande plateforme d'accueil d'entreprises de services tertiaires. Les promesses d'installation n'ont pas été tenues, les locaux ont dû être réaffectés en bureaux administratifs communautaires (NDR).

¹⁷ Pierre NORA, *Les lieux de mémoires*, in *Romantisme*, 1989, n°63

l'objet de son affect et de ses émotions avec l'apposition de plaques commémoratives, par exemple.

Nora note enfin un effet inattendu avec les lieux de mémoire, une certaine propension du contenant à devenir symbole de mémoire au détriment du contenu. C'est le cas par exemple, du Panthéon avec les « panthéonisés ».

Avec le grand projet de reconstruction, on peut s'interroger sur l'effet produit par ce phénomène. La ville moderne, dont un des objectifs était justement d'effacer les traces du passé en proposant aux habitants un nouvel espace fruit d'une vision résolument futuriste, n'a-t-elle pas au contraire sanctuarisé le théâtre du drame passé ? N'agit-elle pas comme l'emblème du drame passé ? Devenu stèle commémorative, elle sanctuarise une page de l'histoire impossible à tourner, échappant à l'oubli.

La mémoire individuelle ou collective a ainsi une fonction salvatrice. Son rôle est de garantir au sujet une identité dans le temps. Elle est particulièrement sollicitée et productive dans les moments de rupture de l'histoire et sa fonction essentielle est d'aider à en réparer les déchirures.

Dans le cas de la ville reconstruite, elle symbolise malgré elle le souvenir dramatique tant dans localisation (cela s'est passé ici) que dans le discours politique (comme si le terme même de « reconstruction » renvoyait inexorablement à « la démolition »).

2) L'atelier Perret : béton armé et paysage imposé

« Comme le phénix, la ville est rebâtie sur ses propres cendres », Julien Berthier¹⁸.

Lorsqu'en 1945, le Ministère de la Reconstruction et de l'Urbanisme (MRU) confie le grand chantier de la reconstruction du Havre à Auguste Perret, l'architecte âgé de 71 ans, est déjà au sommet de sa carrière et jouit d'une importante renommée. Il a signé plusieurs grands édifices nationaux dont le théâtre des Champs-Élysées à Paris en 1913.

¹⁸ Julien BERTHIER, artiste, est l'auteur de deux œuvres éphémères qui ont occupé l'espace public durant les festivités des 500 ans du Havre.

Perret voit dans cette commande, l'opportunité de mener des expérimentations nouvelles sur le plan architectural. Il ne cache pas ses ambitions de démontrer les capacités françaises à faire aussi bien que New-York avec ses gratte-ciels¹⁹. Il jouit d'une notoriété qui le met à l'abri de la critique et bénéficie du soutien total de Paris qui voit dans le projet, l'occasion de créer un laboratoire de la ville futur, de doter le France d'une ville résolument moderne qui sera une vitrine pour le reste du monde.

Le représentant du MRU, s'exprimera ainsi devant le conseil municipal : « M. Perret peut faire une œuvre moderne s'il a le champ libre. [...] Le Havre est la porte qui s'ouvre sur la mer [...] et les gens des États-Unis viendront par là. Il faut donc qu'ici, l'œuvre française de la rénovation soit marquée²⁰. »

Les élus locaux exprimeront à plusieurs reprises leurs craintes face au projet de l'architecte et la peur d'une ville nouvelle trop différente de l'ancienne. Mais, dans ce contexte d'après-guerre, l'enjeu de la reconstruction d'une ville exemplaire dépasse largement le cadre communal. Perret va pouvoir développer sa vision sans trop avoir à tenir compte des avis exprimés localement.

Entouré d'une garde rapprochée d'architectes constituée par ses anciens élèves - véritables disciples qui l'appelaient « maître » -, il constitue un atelier pour relever le défi, qu'il baptise « l'Atelier de reconstruction du Havre ».

Jouant la carte de l'ambition et de l'audace, il propose d'abord un plan de reconstruction de la ville surélevée sur une dalle à 3,5 mètres au-dessus du sol. En-dessous : la circulation automobile, les canalisations et câbles facilitant ainsi les interventions, et un système de collecte des déchets. Au-dessus : la dalle en surface réservée à la circulation piétonne et aux commerces. Cette solution lui permettait aussi de s'affranchir des contraintes marécageuses imposées par le site et plus symboliquement, de faire « table rase » de la ville ancienne.

Ce projet initial, bien que proposant des solutions innovantes, ne sera pas retenu : l'état de la nation après-guerre ne permettant pas le luxe d'un surcoût financier et une consommation extraordinaire de béton.

¹⁹ in, discours de Perret lors de la séance du conseil municipal du 26 septembre 1945.

²⁰ Joseph MARRAST, architecte, discours lors du conseil municipal du 26 septembre 1945

Pour construire « sa » ville, Perret choisit de faire appel aux techniques les plus modernes de son époque et adopte le béton armé, matériau économique dont l'usage est encore peu répandu. Il met en œuvre les premières techniques de préfabrication des ossatures poteaux-poutres et développe le principe des éléments de remplissage standardisés qui facilitent l'exécution. L'atelier démontre ainsi son savoir-faire inspiré des méthodes de travail développées aux États-Unis par John Ford sur ses chaînes de montage de voitures.

À la manière des grands architectes avant lui, il choisit de ne pas cacher la structure mais au contraire de la mettre en valeur²¹. Pour cela, il traite le béton, le colore, le décore et obtient des façades aux nuances très variées dans une subtile gamme colorée allant du beige au violet. Il compose la ville avec différentes formes de bâti, les Immeubles Sans Affectation Individuelle (ISAI) qui sont de véritables prototypes exprimant les concepts développés par l'atelier²².

La ville est fondée sur un quadrillage basé sur un module carré de 6,24 mètres par côté. Cette trame impose une géométrie parfaite dans le plan général que l'on retrouve dans les rues et avenues, les îlots, ainsi que dans les façades des immeubles. En effet, cet étalon pouvant être harmonieusement divisé par 2 ou par 3, il définit aussi le nombre des fenêtres. Mais cette structuration arithmétique et systématique de l'espace engendre de fait, une certaine monotonie. Le résultat est un paysage géométrique distribuant une suite régulière d'immeubles.

Si Perret est moderne dans sa méthode, il n'en reste pas moins très classique dans son approche architecturale. Il perpétue en fait une certaine tradition française issue de la Renaissance, voire de l'Antiquité. Dans sa proposition, cela se traduit par l'utilisation des grandes travées, de pilastres et colonnes et par la construction d'œuvres monumentales. Il nommera sa démarche, le « classicisme structurel ».

À l'époque, Le Havre est considéré alors comme l'une des villes les plus modernes de France²³. Du moins, du point de vue d'une élite intellectuelle, artistique et politique parisienne. Car localement, la ville émergente ne fait pas l'unanimité auprès des élus

²¹ C'est une définition du « fonctionnalisme », principe architectural résumé par l'architecte de Chicago, Louis Sullivan dans la célèbre phrase : « Form follows function » (la forme suit la fonction).

²² Cf. Annexe 6, les travaux de la reconstruction.

²³ Site internet : www.unescolehavre.fr

locaux, ni des habitants. De nombreuses voix de controverse s'expriment et l'accueil réservé n'est pas toujours favorable. La presse locale parle de « tours d'aspect industriel dont la population a déjà pu juger de la laideur²⁴. »

Des tensions dont le conseil municipal se fait l'écho se font jour. Les élus doivent lutter âprement pour défendre leurs positions et obtiennent la préservation des quartiers anciens, en périphérie du centre reconstruit. Un véritable bras de fer est engagé avec le gouvernement.

Nous pouvons formuler une observation de cet exemple qui illustre l'importance du jeu collectif entre les acteurs de la ville. L'histoire territoriale nous démontre là, qu'il est bien plus fructueux de construire « ensemble » que de construire « contre » !

3) Une approche urbaniste insuffisante ?

Le travail réalisé par Perret, aussi remarquable soit-il sur le strict plan de la technique et de l'architecture, posera de nombreuses questions du point de vue de l'urbanisme à partir des années 60.

En réalité, l'atelier Perret est passé d'une problématique architecturale à une problématique urbaine qui n'a pas tenu compte du milieu naturel, ni intégré le désir des habitants. Ce faisant, il a banni les traditionnelles interactions humaines et sociales, laissant la place à une artificialité inconfortable.

Le résultat est une ville neuve et moderne, mais sans contexte historique ni support local²⁵. La ville ainsi créée ex-nihilo, est à la fois coupée de son passé et ne tient pas compte de son environnement²⁶. Son organisation spatiale structurée et techniciste ne l'a pas dotée d'urbanité. Avec ses grands ensembles et ses espaces vides constitués d'îlots, de bassins, de places minérales et d'avenues surdimensionnées²⁷, elle n'a pas su rétablir les fonctions d'animation essentielles du centre-ville, dévolues aux commerces et autres lieux traditionnels d'interaction sociale.

²⁴ Le Havre-Libre du 29 mars 1950

²⁵ Guillaume JACONO, Paul ARNOULD, *Le Havre, paysage urbain et patrimoine entre béton, discours et images*, in Cahiers de la Méditerranée, n°60, 1, 2000. Tome II [Actes du colloque de Grasse, décembre 1998] pp. 119.

²⁶ Guillaume JACONO, Paul ARNOULD, *Le Havre, paysage urbain et patrimoine entre béton, discours et images*, in Cahiers de la Méditerranée, n°60, 1, 2000. Tome II [Actes du colloque de Grasse, décembre 1998] pp. 119.

²⁷ CF. Annexe 7 : vues contemporaines du centre reconstruit

Dans son étude sur la géographie urbaine du Havre, Jean-Philippe Damais interroge les nouvelles densités et les grands vides de la ville, et leurs conséquences pour le commerce et l'animation de la zone²⁸. Qu'en est-il alors du principe d'un centre qui échappe à la définition même de centralité ? Cette interrogation se retrouve encore dans les propos actuels des habitants qui déplorent toujours l'absence d'un cœur de centre-ville²⁹.

La politique de remembrement conduite durant les années 50 par Jacques Tournant tentera d'apporter un rééquilibrage démographique. Le principe était alors de chercher à corriger la densité urbaine des anciens quartiers historiques qui, avec plus de 2 500 habitants par hectares, étaient en réalité surpeuplés. Grâce aux nouvelles constructions en hauteur, la solution consistait à proposer des m² de planchers en remplacement des m² de terrain. Mais, en attribuant majoritairement l'accès du nouveau centre aux classes bourgeoises et en relogant les classes populaires dans les quartiers périphériques, l'opération a en fait accentué la ségrégation socio-spatiale.

Cette « renaissance forcée » a eu pour conséquence de créer une tension entre l'assouvissement des désirs de l'architecte et l'émergence d'une nostalgie du paysage disparu chez les habitants. Dès lors, l'espace disparu n'a pu être que mythifié et la ville reconstruite, dénigrée.

Ainsi, au début des années 70, Claude Soucy fait le constat d'une « crise identitaire » et d'un « échec social »³⁰. La ville, conçue comme un exemple de modernité avec une image forte n'aura pas su se faire accepter de ses habitants.

Le « fardeau de la mauvaise image » de la ville est finalement consacré à l'occasion du premier colloque des villes reconstruites qui s'est tenu à Brest en 1983. Le constat d'un manque de reconnaissance des villes reconstruites par rapport aux villes nouvelles est fait par les urbanistes du monde entier.

²⁸ Jean-Philippe DAMAIS. Le Havre : étude de géographie urbaine, essai d'analyse cartographique. Thèse de doctorat, Paris I, 1972, 2 tomes.

²⁹ Cf. Re transcription des entretiens, n° 7

³⁰ Claude SOUCY, *Contributions à une sociologie des centres urbains*. Reconstruction et développement. Les centres de Caen et du Havre. Paris : Centre de sociologie urbaine, publications de recherches urbaines, 1970.

C. L'heure de la reconnaissance : La ville-monument

1) Légitimation et valorisation du patrimoine - la labellisation

Comment parvenir à donner ou à faire reconnaître la valeur lorsque l'on ne possède pas une histoire ?

Il faut rechercher la réponse à cette question dans l'analyse proposée par Jean Davallon³¹ dans son essai « Le Don du patrimoine » où il explore la dimension communicationnelle de l'objet patrimonial.

Il convient tout d'abord de donner une définition du patrimoine « comme un héritage commun, généralement un bien propre ou une richesse transmise par ses ascendants, et qui représente une identité partagée. Il se caractérise aussi de coutume, par une valeur historique qui ne lui est pas contestée³² ».

Davallon prévient tout d'abord d'une erreur commise par le sens commun et qui consiste à croire que le passé se limite aux faits historiques.

L'auteur définit 5 critères qui permettent de donner une lecture de la valeur et du don patrimonial : la mise en valeur, la valeur d'ancienneté, la transmission, l'obligation de conserver et la part symbolique. Puis, il introduit la nécessité de médiatiser le patrimoine à l'aide de trois types d'opération : la mise en communication, la mise en exposition et la mise en exploitation.

Cette réflexion le conduit à une estimation de la « valeur historique » en comparaison de la « valeur d'ancienneté ». Il poursuit en établissant la différence entre mémoire et patrimoine. La première affirmant la volonté du souvenir tandis que la seconde marque l'intérêt des hommes du présent pour les réalisations des hommes du passé.

Il poursuit son analyse en faisant le constat qu'il faut sortir d'une approche de transmission linéaire du passé vers le présent, mais qu'au contraire le passé n'existe que comme construit dans le présent. Il conclut sur l'obligation de garder le patrimoine dans un concept qu'il nomme « la filiation inversée ».

³¹ Jean DAVALLON, *Le Don du patrimoine : Une approche communicationnelle de la patrimonialisation*. In Culture & Musées, n°9, 2007. pp. 169-171.

³² Dictionnaire, Larousse.

La notion d'ancienneté ainsi relativisée, on comprend la nécessité de légitimer son histoire, aussi récente soit-elle, pour pouvoir se construire une identité. C'est donc sous cet angle qu'il faut observer la démarche de la ville pour faire reconnaître un centre disposant d'une histoire vieille de 50 ans seulement.

Ainsi, au début des années 90, la municipalité assumant la réalité architecturale du Havre va faire le choix de la valoriser. Consciente de la nécessité de donner une histoire à son centre, elle va entreprendre plusieurs démarches visant à faire naître un regard nouveau sur la ville et à valoriser son patrimoine.

Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager (ZPPAUP), 1995.

Dès 1990, la ville met à l'étude la création d'un statut permettant de faire évoluer son image. Elle aboutira en 1995, lorsque le centre reconstruit bénéficie du statut particulier de Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager (ZPPAUP), qui donne un cadre juridique à tous les travaux de ravalement et de restauration des immeubles Perret³³, même s'il comporte un risque d'augmenter le cloisonnement entre la ville reconstruite et le reste de la commune.

Elle sera convertie en Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP) qui définit une protection adaptée. Dès lors, le centre est pris en compte comme une **œuvre architecturale et urbanistique à part entière**.

Ceci marque une étape importante, qui affirme l'initiative municipale de protéger les quartiers bâtis par Perret. Le Havre sera la première ville française du 20^e siècle à bénéficier de ce statut pour un patrimoine moderne.

Ville d'Art et d'Histoire, 2001.

En 2001, grâce en particulier à son patrimoine architectural contemporain, elle obtient le label « Ville d'Art et d'Histoire », qui permet une mise en visite effective de la ville.

L'essentiel du travail va consister à faire oublier le mot de « reconstruction » devenu péjoratif pour lui substituer les termes de « moderne » et « années 50 ». Il s'agit bien là d'une véritable opération de mise en communication.

³³ Cf. Annexe 8 : opérations de restauration des façades originales Perret

Elle se matérialisera dans une opération phare, avec en 2005, l'acquisition par la ville d'un appartement conçu par Perret, place de l'Hôtel de Ville. La ville veut en faire un outil pédagogique original : l'appartement-témoin. Il deviendra une sorte de « micro-musée » permettant de présenter une synthèse des règles de l'habitation au temps de la Reconstruction. Il reconstitue dans un modèle-type, les principaux éléments mobiliers authentiques proposés par la « scène havraise ».

Cette reconstitution d'un intérieur d'après-guerre permet d'aborder l'évolution sociétale et d'expliquer le plan des logements, l'ingéniosité et l'innovation dans la modularité des espaces. En effet, l'usage du béton armé a permis à Perret de concevoir des appartements sans murs porteurs, ouvrant ainsi la voie à diverses possibilités de transformation et d'ouverture de l'espace de vie.

Patrimoine mondial de l'UNESCO, 2005.

La ville est inscrite sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO le 15 juillet 2005 et atteint ainsi l'apogée de la démarche de patrimonialisation de son centre reconstruit, entamée quinzaine d'années plus tôt. Elle tire aujourd'hui encore, une grande fierté de son appartenance au cercle prestigieux des sites inscrits. « Être patrimoine mondial, c'est être unique », affiche la page d'introduction du site³⁴ internet consacré à l'inscription de la ville au patrimoine mondial.

Il faut dire que l'annonce de l'inscription du centre reconstruit sur la liste très convoitée avait été accueillie avec scepticisme. Son image étant tellement éloignée de la représentation consensuelle de la ville historique.

Comment est-elle parvenue à rejoindre le club très fermé des sites universels et exceptionnels ?

Pour comprendre la portée exceptionnelle de l'obtention de ce label, il convient de savoir que pour intégrer ce cercle, le patrimoine doit être unique et représentatif de valeurs exprimées selon au moins un des dix critères de sélection définis par l'UNESCO qui garantissent la valeur universelle exceptionnelle.

³⁴ Site internet : unesco.lehavre.fr

Le dossier élaboré par Joseph Abram³⁵ pour l'inscription du centre reconstruit, a été retenu sur la base de trois critères : en tant qu'exemple éminent « **d'ensemble architectural illustrant une période significative de l'histoire humaine** », s'est traduite sur le plan historique (critère IV), en tant que « **témoignage d'un échange d'influences considérable pendant une période donnée ou dans une aire culturelle déterminée, sur le développement de l'architecture ou de la technologie, des arts monumentaux, de la planification des villes ou de la création paysagère** » (critère II), et aussi comme « **chef d'œuvre du génie créateur humain** » (critère I), œuvre majeure et artistique de l'architecture du 20^e siècle. Après l'inscription, le centre reconstruit bénéficie de l'effet miroir d'un regard extérieur positif plaçant Le Havre aux côtés de villes aussi emblématiques que Tel-Aviv ou Brasilia.

Les critères retenus sont donc le plan de la reconstruction, exemple exceptionnel d'architecture, de technologie et d'urbanisme, et l'unité de la méthodologie et du système de préfabrication, basée sur l'utilisation de la trame et l'exploitation des potentiels du béton.

Les principaux arguments défendus s'appuyant sur le fait que contrairement à ce qui s'est produit dans d'autres villes reconstruites, le centre havrais n'a pas été dégradé, et qui plus est, comporte plusieurs chefs d'œuvre représentatifs de l'ordre du béton armé ; c'est le cas de l'église Saint-Joseph qui domine la ville de ses 120 mètres, l'Hôtel de Ville et sa tour de 107 mètres, ou encore le « Volcan », la salle de spectacle signée par Oscar Niemeyer.

La ville adopte alors un discours finement élaboré autour de son unité et sur la qualité d'intégration des nouvelles constructions dans l'espace urbain, afin de légitimer son patrimoine au même titre que Brasilia. Son histoire et sa conception sont innovantes. Elle est unique et cette unicité est une valeur exceptionnelle.

En obtenant l'inscription sur la liste en 2005, elle est non seulement parvenue à consacrer le patrimoine Perret sans gommer sa matérialité et son architecture si particulière, mais elle est aussi parvenue à faire parler d'elle de façon valorisante.

L'évènement constitue un véritable atout pour le développement touristique et culturel du territoire. Les retombées touristiques, médiatiques et économiques, attendues sont

³⁵ Joseph ABRAM. *Le Havre, la Ville reconstruite par Auguste Perret*. Proposition d'inscription du centre reconstruit du Havre sur la liste du patrimoine mondial. Ville du Havre, novembre 2003.

importantes – même si les études produites sur la question proposent des lectures plus nuancées³⁶.

Toutefois, l'inscription au Patrimoine mondial de l'Unesco a incontestablement eu un effet bénéfique sur la confiance locale, eu égard aux projets futurs de la ville. Si l'inscription a pu se réaliser, pourquoi d'autres projets ne le pourraient-ils pas également ?

Celui-ci devient conjointement la carte de visite la plus parlante de la ville, son projet le plus identifiable et le tremplin pour la réalisation de ses futurs projets urbains.

En effet, dans une stratégie d'architecture monumentale, de nombreux projets architecturaux sont envisagés dans les années qui suivent, à la manière de la requalification des *waterfronts* de villes comme San Francisco ou Baltimore. Ainsi, les docks du 19^e siècle en entrée de ville sont rénovés en Docks Vauban signés par Reschen & Robert, un projet de Centre de la mer par Jean Nouvel est programmé, finalement abandonné en raison de l'explosion du budget.

Indéniablement, l'inscription de son centre reconstruit au patrimoine mondial a placé le Havre sous la lumière des projecteurs, suscitant du même coup la curiosité. Pour certains visiteurs, comprendre pourquoi la ville est classée UNESCO apparaît comme un motif de visite suffisant pour effectuer le voyage jusqu'au Havre.

Même si les visiteurs ne maîtrisent pas tous les constituants du label UNESCO, celui-ci donne toutefois un gage d'unicité et de monumentalité. L'impact de l'inscription est effectif en termes d'attractivité touristique, principalement parce qu'il implique une médiatisation qui renouvelle l'image de la ville. Ainsi, en 2004 le nombre de visiteurs ayant suivi de visites guidées était de 5 297. En 2005, il passe à 9 091, 17 000 en 2006, 22 000 en 2007, 24 000 en 2008 et 27 000 en 2009³⁷.

Étonnamment, parmi ces visiteurs on compte un grand nombre de personnes qui ont connu la ville « avant », alors qu'elle était rejetée. Elles ont d'abord perçues l'annonce de l'inscription comme une contradiction avec leur représentation de la ville, ce qui a déclenché

³⁶ Lors de la conférence : Villes françaises du Patrimoine mondial et tourisme ; Protection, gestion, valorisation, 27 mai 2010, organisé par la Chaire UNESCO « Culture, Tourisme développement » L'IREST et l'EIREST, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, La Convention France-Unesco, ICOMOS-France, sous la direction de Maria GRAVARI-BARBAS et Sébastien JACQUOT

³⁷ Source : Ville d'Art et d'Histoire, 2010.

l'envie d'une nouvelle visite. Beaucoup parmi elles ont constaté des efforts de communication et d'embellissement, trouvant la ville plus belle et disant apprécier le centre parce qu'il leur était expliqué.

Pour autant, la valorisation symbolique ne sera pas synonyme de valorisation économique du patrimoine. Sur le marché immobilier, la valeur patrimoniale des « vrais » appartements Perret disponibles dans le marché n'a pas connu une valorisation notable. La signature Perret ne constitue pas une plus-value culturelle pour laquelle les Havrais seraient prêts à acquitter une plus-value financière. La demande de logements « Perret » est avant tout dictée par la localisation centrale et en second lieu parce que ces logements permettent une grande flexibilité dans l'aménagement intérieur.

2) Un patrimoine sans appropriation

L'inscription sur liste du patrimoine mondial de l'UNESCO de la ville avait suscité des commentaires pour signifier l'étonnement, voire l' désaccord de certains dans cette démarche. Comment « cette sinistre caricature de la reconstruction d'après-guerre, ce béton âpre, cette ville au carré » a-t-elle pu être classée ? « L'UNESCO est-elle tombée sur la tête ? », s'interroge un journaliste dans Paris-Match³⁸.

Jusqu'aux années 70, avant la crise des chocs pétroliers, la ville est nationalement considérée comme un exemple de modernité architectural bien que les Havrais ne se familiarisent guère avec sa froideur bétonnée. La fermeture de plusieurs grands sites industriels avec en particulier celle des « Chantiers navals » en 1999, l'ont précipité dans le chômage et une crise sociale profonde. Avec son activité portuaire et son environnement bâti (dans un amalgame entre la ville, son cadre et son économie), c'est toute son ambiance qui est entraîné dans une forte dépréciation de l'architecture reconstruite.

C'est dans ce contexte que les acteurs locaux décident d'assumer la réalité architecturale en l'interprétant non plus comme un handicap mais comme un avantage, voire même le seul créneau porteur pour la ville. Un des effets majeurs du travail réalisé par les équipes

³⁸ Télérama, n° 2909, 12 octobre 2005, p. 69.

municipales à partir des années 90, a été de faire prendre conscience aux habitants que même si la ville n'était pas attrayante du point de vue esthétique, elle possédait tout de même une valeur patrimoniale forte dans cette œuvre architecturale.

Il est à noter que le projet a été initié dès 1994 par la municipalité communiste, puis repris à partir de 1995 par la nouvelle équipe de droite dans une continuité d'action dont le but était de réconcilier les Havrais avec leur ville.

Depuis l'inscription au patrimoine mondial, la municipalité a œuvré pour la mise en valeur culturelle et touristique du patrimoine Perret. Ces initiatives s'adressent à un public local, régional et touristique et reposent sur une pédagogie du regard et du sentiment, destinée à expliquer l'intérêt, la spécificité de ce patrimoine méconnu. L'enjeu : faire du centre reconstruit une centralité urbaine de référence pour l'ensemble de l'agglomération et le véhicule principal de la construction d'une nouvelle image de marque.

Ces efforts de valorisation touristique du Havre ciblent un public extérieur et touristique, mais ils visent également à enraciner la conscience patrimoniale auprès du public local. Pour la ville et ses habitants, il s'agit là d'un changement majeur d'approche car jusqu'à présent, l'attitude affichée depuis la reconstruction était plutôt timide, ancrée dans un complexe de laideur de la ville. N'assumant pas cet « héritage », les Havrais ont longtemps nourri un sentiment de « honte » entretenu par les regards extérieurs méprisants. La prise de confiance dans la nouvelle attractivité de la ville n'allait pas de soi.

L'observation des nombreux projets de mise en patrimoine du centre reconstruit mis en place au Havre témoigne d'un investissement important, visant certainement à combler ses « handicaps ». Cette approche a été construite dans le but de montrer l'intérêt de ce patrimoine aux populations locales et extérieures - approche où le changement de regard de la population locale contribue à en faire des ambassadeurs du patrimoine, étape indispensable pour attirer les visiteurs.

Mais, on remarque qu'au Havre la stratégie émane quasi systématiquement « d'en haut », sans réaction positive « d'en bas », dans une dynamique de type « top-down ».

L'appropriation du patrimoine Perret par les Havrais a été une question sensible et ambiguë. L'étude sociologique réalisée par le Centre de Recherche sur les Liens Sociaux, CERLIS (Monjaret et al., 2010) montre une « ambivalence » du sentiment des Havrais à l'égard de

leur ville : ils sont à la fois fiers de leur ville-patrimoine mondial mais encore mal à l'aise avec la « froideur » et la trame linéaire de son urbanisme moderne.

Toutefois, les perceptions ont évolué et il ressort d'une seconde enquête du CERLIS que la critique tend à s'estomper aujourd'hui. Certains Havrais ont bien conscience des efforts d'esthétisation réalisés par la ville et déclarent désormais l'apprécier et la trouver « belle ». Ainsi, lors d'une visite de la ville proposé par un guide « Ville d'Art et d'Histoire », une visiteuse déclarait : « Autant Le Havre, quand j'étais petite, je trouvais que ce n'était pas très beau, c'était gris, mais depuis quelques années, ça a beaucoup évolué. La ville s'est embellie [...] c'est toujours les mêmes constructions, je suis d'accord, mais il y a eu des efforts, par exemple pour la gare, l'université, le bord de mer... Beaucoup de choses ont été améliorées³⁹. »

Pour ces habitants, le Havre d'aujourd'hui offre un nouveau visage, ce qui demande un effort d'appréhension du patrimoine qui ne leur avait jamais été expliqué. Une havraise participant à la ballade Perret explique : « Même les Anglais ne s'arrêtaient pas au Havre. On passait c'est tout. Beaucoup de gens disaient le Havre, c'est moche. Alors que maintenant, enfin quand on connaît... Parce que nous, petits, on ne nous expliquait pas vraiment tout ce qui a été fait. Donc c'est pour ça que je viens visiter. Parce que même en y passant tout le temps, y'a des choses que je ne connaissais pas alors que j'y suis née. »

Ainsi, bien que certains Havrais s'intéressent au patrimoine Perret et font l'effort de participer aux animations proposées, leur appropriation apparaît beaucoup plus compliquée que celle des visiteurs.

L'appropriation du patrimoine Perret apparaît toujours fragile aujourd'hui. La Municipalité reste l'animateur principal des initiatives patrimoniales, l'acteur essentiel de la patrimonialisation, de son évolution et de ses dynamiques.

La mise en tourisme apparaît comme une stratégie susceptible d'apporter, bien au-delà des retombées économiques encore incertaines, l'effet d'entraînement nécessaire pour l'appropriation du patrimoine Perret par la société locale.

³⁹ Témoignage d'une visiteuse « Ville d'Art & d'Histoire », in Une patrimonialisation sans réappropriation ? Le cas de l'architecture de la reconstruction au Havre, Maria GRAVARI-BARBAS & Cécile RENARD, 2010 – Revue Norois n° 2010/4 (n°217)

3) Images de la ville et préjugés

Il apparaît en définitive qu'il existe non pas une, mais plusieurs représentations de la ville qui se définissent en fonction des différents groupes sociaux qui l'observent, des pôles de pouvoir et des centres d'intérêts.

Au lendemain de la guerre, la ville s'est reconstruite sans l'adhésion de ses habitants, ce qui a eu pour conséquence une forme de rejet et a fortement contribué à la création d'une image négative. Désormais, cette image émerge autour d'une identité reconstruite et bien plus positive.

Si une ville se construit dans l'espace, elle se construit aussi dans le temps. Le centre reconstruit par Perret, véritable prouesse technologique de son temps a permis de répondre à l'urgence d'une demande publique, sociale et sanitaire. Mais il participe aussi d'un long processus d'acceptation et d'appropriation pour apporter une réponse à la quête légitime d'identité.

Si le Havre perçoit aujourd'hui les signes d'une reconnaissance grandissante, fruits de ses nombreux efforts, il convient de considérer toutefois que le temps du changement, à l'échelle d'une ville est parfois bien plus long que celui de ses observateurs. Ainsi, durant l'été, alors qu'un journaliste de TF1 s'apprêtait à quitter la rédaction pour venir couvrir les festivités organisées par la ville pour célébrer son 500^e anniversaire, un de ses collègues l'interrogea sur sa destination. « Ce week-end, je suis au Havre. » répondit-il. « Mais, qu'est-ce que tu vas aller t'emmerder là-bas ? » lui rétorqua-t-on à nouveau. Cette anecdote⁴⁰ nous interpelle sur le fait que, aujourd'hui encore, même auprès de ceux qui détiennent l'information, persiste l'image d'une ville sans intérêt.

L'évolution des « regards extérieurs » (Urry, 2002) a été accompagnée et, à son tour, a suscité dans une relation réflexive, les discours des médias. Les guides touristiques ont peu à peu intégré le patrimoine Perret comme une destination. Ainsi, en 2004, alors que la ville bénéficiait déjà depuis plusieurs années du label « Ville d'Art », le Guide du Routard introduit le chapitre sur la ville par ces mots : « Pas facile d'aborder une telle ville dans un guide touristique ! Le 2e port de France, entièrement reconstruit, présente une architecture à l'évidence peu... amène. Le Havre fait partie de ces villes qu'on ne peut aborder au

⁴⁰ Cf. Retranscription des entretiens, n°2

présent. Pour en parler et la comprendre, il faut revenir en arrière » (Josse et al., 1994). En 2009, cette même introduction prend la tournure suivante : « Naguère, on hésitait à décrire longuement une telle ville dans un guide touristique ! Le 2^e port français (et le 5^e port européen) s'est en effet contenté jusqu'au tournant du XXI^e siècle de présenter une architecture à l'évidence peu... amène. »

Relayée par les guides qui encouragent la visite de la ville et l'inscrivent clairement dans l'industrie du tourisme, la mutation du Havre comme destination touristique semble bien engagée et comprise de la part des visiteurs qui perçoivent l'intérêt patrimonial du centre reconstruit.

Conclusion partielle (première partie)

Cette étude rétrospective des 70 dernières années de l'histoire de la ville nous a permis d'appréhender l'ensemble des facteurs qui affectent les questions soulevées par notre première hypothèse. La situation d'extrême urgence au lendemain de la guerre qui consistait à reloger des dizaines de milliers de foyers sans abri et à reconstruire une ville entière, a justifié le travail accompli par l'atelier Perret, apportant une réponse immédiate mais partielle au traumatisme provoqué par les bombardements. Cette réparation a aussi créé malgré elle, les conditions d'un nouveau traumatisme psychologique en imposant la vision moderne d'un homme à une population qui n'avait pas encore fait le deuil de sa ville rasée. Bien sûr, tous les Havrais ne partageaient pas ce sentiment et beaucoup d'entre eux étaient fiers d'avoir participé à ce chantier colossal, véritable défi contre le temps et l'histoire. Mais la grande majorité des habitants vécurent difficilement et durablement cette architecture d'après-guerre, et cela a eu incontestablement un effet défavorable sur la perception qu'ils en avaient. Il apparaît aujourd'hui que grâce aux efforts consentis par les différentes municipalités en termes de valorisation et de pédagogie pour faire comprendre et apprécier la singularité du Havre, une image plus valorisante que par le passé est en train de naître dans la représentation faite par ses habitants, mais aussi à l'extérieur.

En donnant du sens et en enseignant la valeur de cette reconstruction dans le cadre des actions conduites depuis les classements Ville d'Art et d'Histoire et au patrimoine mondial de l'UNESCO, on observe que les regards posés sur les immeubles de béton prennent une

autre dimension. En l'espace de quelques années, le centre reconstruit qui suscitait un sentiment général d'incompréhension et de rejet de sa population comme des visiteurs, a acquis une nouvelle légitimité à la fois historique, technique, mais aussi esthétique. Le temps de la perplexité a cédé la place à celui de l'acceptation. Cela se traduit dans le discours, chez les habitants comme à l'extérieur, par un passage du déni à la curiosité et à l'intérêt. La ville vit une véritable renaissance dont le basculement a été provoqué sans conteste, grâce à son inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO. En accédant à cette notoriété internationale inattendue, elle a d'abord bénéficiée d'un crédit d'intérêt auprès d'une population extérieure spécialisée dont la curiosité a été attisée par ce nouvel « objet » historique. Puis, ce nouvel intérêt porté à leur ville s'est mué en un attachement de ses habitants. Ce sentiment s'est vu conforté par le fait que la nouvelle génération des Havrais n'a pas connu la « ville d'avant », et peut éprouver de la fierté face à cette nouvelle notoriété.

Ceci représente une étape importante car cela change l'image de la ville et lui permet d'insuffler une dynamique qui pousse ses habitants à se l'approprier, à s'impliquer et à l'animer. C'est effet fédérateur est indispensable.

Jusqu'aux années 1970, les villes étaient plutôt tournées vers la satisfaction fonctionnelle et matérielle des besoins des habitants : logement, équipements, transports, etc. Aujourd'hui, elles doivent aussi fournir de l'emploi, un cadre de vie agréable et retenir leurs habitants⁴¹, et doivent donc être attractives, passant ainsi de l'âge de la politique d'équipement à celui de la gouvernance.

Les réponses apportées dans cette première partie nous permettent donc de nuancer, dans sa temporalité, la formulation de notre hypothèse de départ. Il apparaît qu'en effet, le caractère défavorisant de l'image de la ville sur son attractivité appartient, de plus en plus, au passé. Le travail accompli a porté ses fruits sur la perception des Havrais, et nous nous intéresserons dans la prochaine partie, aux différentes manifestations de ce travail, et les conditions dans lesquelles elles se sont opérées.

Les mots de Kevin Lynch concluent cette première partie : « Si l'image de la ville permet au citoyen de s'identifier, alors il trouvera son propre sens, ses propres significations [...]. La ville deviendra alors à ses yeux un véritable lieu remarquable et distinctif. Vivre dans ce cadre,

⁴¹ Chantal ANDRÉ, in Politiques et management public Année 1987 Volume 5 Numéro 4 pp. 51-64

quelques soient les problèmes économiques ou sociaux que l'on rencontre, apportera une profondeur supplémentaire, un sentiment d'appartenance⁴². »

⁴² Kevin LYNCH. - *L'image de la cité*. - Paris, Dunod, 1969, traduction Marie-Françoise Vénard et Jean-Louis Vénard, 1999.

Deuxième partie

Positionnement géographique et contexte mondial : bâtir son attractivité.

Introduction partielle

L'attractivité d'un territoire est sa capacité à attirer et à retenir les facteurs de production ainsi que les populations. C'est aussi sa capacité à être choisi par un acteur comme zone de localisation durable ou temporaire. La construction de l'attractivité d'un territoire doit prendre en compte trois aspects : le secteur productif et économique, le secteur résidentiel et le secteur touristique. C'est pourquoi dresser un état des lieux est indispensable afin de connaître les atouts du territoire qu'il conviendra de valoriser.

Dans son identité réelle, ici sa morphologie et sa localisation : proximité de la mer, de la montagne, etc., sont des facteurs qui influent fortement sur son identité culturelle et ses atouts en termes d'images et d'opportunité de développement. Voyons donc quels sont ces principaux éléments déterminants.

A. Ressources spécifiques du territoire havrais

1) Caractéristiques du territoire

La ville repose sur la rive nord de l'estuaire de la Seine, orientée à l'ouest sur le littoral, elle fait face à la Manche. Cette situation en fait une porte propice vers la Mer du Nord et l'océan Atlantique.

Située en bord de mer elle bénéficie grâce à l'effet du Gulf Stream d'un climat tempéré, doux l'hiver et agréable l'été. La durée d'ensoleillement annuelle de 1450 heures la situe en-dessous de la moyenne nationale qui est d'environ 1800 heures⁴³.

Afin de contrer une situation géographique enclavée, des infrastructures de transports importantes ont été développées. L'autoroute A131 trace une sortie de ville qui la relie directement à l'autoroute A13 (Paris-Normandie) située à 30 km au sud, et permet ainsi de relier la capitale en deux heures. Le Pont de Normandie, inauguré en 1995, surplombe l'estuaire de la Seine et la relie à la rive sud de la nouvelle région Normandie unifiée,

⁴³ Source : site, <http://meteo-express.com/>

rapprochant Caen à une heure de route, et la côte d'Honfleur à Deauville, à 30 minutes. Le pont étant lui-même une œuvre architecturale remarquable et une prouesse d'ingénierie régulièrement visité par les touristes, il participe à l'attrait de la région.

Les voies ferrées permettent aux passagers de rejoindre la gare Saint-Lazare en 2h10, avec un arrêt intermédiaire à Rouen. Un projet de ligne à grande vitesse réduisant le trajet de 40 minutes, fait régulièrement l'objet de discussions mais n'a pas encore vu le jour.

La ville accueille un aéroport régional « Le Havre-Octeville » qui possède des installations complètes pour accueillir des vols réguliers nationaux et transmanche. Celui-ci demeure toutefois sous-exploité en raison du choix de la Région de privilégier l'aéroport de Deauville qui assure les vols touristiques à destination de l'Europe et de l'Afrique du nord.

Malgré cette offre complète de voies de transport, le Havre souffre de sa situation d'enclave. En effet, située en terminus d'autoroute et de chemin de fer, elle n'est pas une ville de passage ou de transit. Cela signifie qu'on ne passe pas par Le Havre mais que l'on choisit de s'y rendre, - exception faite des passagers empruntant les ferries pour la Grande-Bretagne. Il faut donc avoir une raison précise pour emprunter la direction de la ville. Ceci a des conséquences sur le flux de passage, notamment pour les secteurs du commerce et du tourisme.

Cet « isolement » est accentué par la proximité de Caen et de Rouen, les deux autres grandes villes normandes situées chacune à environ 80 kilomètres. Elles sont aussi les anciennes préfectures respectives des départements de Basse-Normandie et de Haute-Normandie qui ont concentré les principales institutions administratives, reléguant le Havre dans une position secondaire. Il y a donc un jeu de pouvoir politique local à mener afin que la présence d'une autre grande ville à proximité ne soit pas un handicap. Le Havre et sa communauté d'agglomération multiplient les initiatives pour permettre une mise en réseau des liens économiques et culturels afin de créer une synergie bénéfique à l'ensemble du territoire. D'autres exemple dans l'hexagone ont démontré que ces situations pouvaient entraîner une émulation réciproque : c'est le cas dans les binômes formés par des grandes villes comme Lyon et Grenoble, Marseille et Nice, Rennes et Nantes ou encore Tours et Orléans.

Population

Depuis une vingtaine d'années, le Havre connaît un solde migratoire négatif lié à sa situation économique et à la raréfaction de l'emploi. Sa population décroît régulièrement, passant de 190 924 habitants au recensement de 1999⁴⁴, à 182 580 en 2006, 179 751 en 2007 et 177 259 en 2009. Le recensement du 1^{er} janvier 2017 établit une population de 175 599 habitants⁴⁵, soit une perte de 15 325 habitants en 18 ans.

Le solde migratoire d'un territoire est un facteur qui permet de caractériser son pouvoir d'attractivité. En marketing territorial, un territoire dont la population augmente bénéficie généralement d'une attractivité positive, et inversement.

Le schéma suivant, dit « SWOT » (pour Strength, Weakness, Opportunities, Threat, en français : Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces) permet de visualiser les éléments constitutifs du bassin havrais.

Figure 2.

Tableau représentant les forces et faiblesses, opportunités et menaces (FFOM ou *SWOT en anglais*), internes et externes, de la situation d'attractivité du Havre.

		SWOT : Attractivité du Havre	
		FORCES	FAIBLESSES
INTERNE		<ul style="list-style-type: none"> Qualité de vie (bord de mer, plage en ville, tranquillité, circulation, pratique aisée des sports de plein air, etc.) Front de mer aménagé, restaurants, etc. (printemps-été) Accessibilité immobilière (prix bas, espace) Institutions culturelles fortes MUMA, Volcan (mais peu nombreuses) Centre des congrès, stade et salles modernes LH Forum : rendez-vous annuel de l'économie positive Centre classé UNESCO Aéroport d'affaires et touristique destinations internationales Architecturale contemporaine emblématique Ville de tournage de cinéma/TV (le Corniaud, la Beuh, 2 flics sur les docks, Réparer les vivants, etc.) Campus universitaire diversifié en développement Industries installées (Renault, GPMH, Total, Sidel, transport maritime international, etc.) Tradition de mécénat. Offre hôtelière en développement, création d'hôtels supplémentaires, escales croisiéristes 	<ul style="list-style-type: none"> Image et notoriété extérieure négative (ville industrielle, polluée) Difficultés pour l'emploi Fermetures économiques à répétition Faible attractivité envers les gros employeurs tertiaires ou commerciaux Offre commerciale et culture inférieure à des villes comparables Solde migratoire démographique négatif (environ 1500 départs par an depuis 15 ans) Taux de chômage supérieur à la moyenne nationale 12,2 % (le plus élevé de la région) Chômage des 18-25 ans 39,6% (nationale 20,6), source JDN Activités industrielles concentrées sur le portuaire ou niches (aéronautique, pétrochimie, plastique, logistique) Difficultés à créer de l'emploi, à attirer et retenir les cadres Peu d'expériences concluantes de développement de startups Accès à la culture très ciblé et fractionné MUMA peu d'exposition consacrée à l'art contemporain du XXI^e siècle
		<ul style="list-style-type: none"> Située au cœur de la Normandie, 1^{ère} région touristique de France Proximité de la côte fleurie, côte d'albâtre (attire de nombreux touristes dans la région) à 2 heures de train de Paris (weekend normand en bord de mer) Pas de concurrence artistique/culture significative dans un rayon de 200 km Angleterre à portée de ferry, tourisme normand Tourisme fluvial sur la Seine depuis Paris en essor Public parisien et européens en visite à proximité Offre culturelle environnante plutôt traditionnelle 	<ul style="list-style-type: none"> Concurrence de l'offre commerciale (Rouen, Paris, Caen) Concurrence de l'offre culturelle (Rouen, Paris) Attractivité d'Honfleur, Étretat, Deauville qui captent le tourisme weekend normand Ouverture d'un complexe de démarques à Honfleur en 2017
		OPPORTUNITÉS	MENACES

Mémoire Master 2 CCT Celsa – Dominique Noc, version du 13/09/2017

⁴⁴ Source : site http://www.cartesfrance.fr/carte-france-ville/76351_Le%20Havre.html

⁴⁵ Bilan social, Ville du Havre

Un territoire est multidimensionnel. Il est à la fois une réalité historique, mais aussi socioéconomique, institutionnelle ou géographique, selon le niveau de lecture d'où l'on se positionne. Les grilles de lecture varient et peuvent être personnelle ou mémorielle, culturelle ou ethnique. Elles peuvent se traduire aussi par des projets. Toute la difficulté réside dans la capacité à rassembler, à mobiliser et à fédérer cette diversité de visions et d'intérêts, et à regrouper tous ces acteurs autour d'une même vision prospective en faveur de son développement.

2) Immeubles porte-flambeaux & « starchitects »

L'architecture, lorsqu'elle est puissante et élevée au rang des beaux-arts (famille dont elle est issue), possède cette capacité de transfigurer la cité. La seule évocation des pyramides d'Égypte ou d'Amérique du sud suffit à raviver le souvenir de ceux qui étaient en quête d'immortalité, de grandeur dans la flamboyance des cités disparues. Des hommes illustres en leur temps ont souhaité laisser une trace de leur passage, marque sur le territoire qui défie les affres du temps dans leur quête d'immortalité. On constate que la science et l'histoire s'intéressent aujourd'hui aussi bien aux dieux et aux rois à l'effigie desquelles ces monuments ont été dressés, qu'aux architectes qui les ont bâtis. Les noms de ces derniers étant parfois aussi célèbres que ceux de leurs commanditaires.

Ce principe n'a pas changé dans l'histoire récente et contemporaine. L'architecture est fréquemment convoquée pour manifester l'ambition, l'audace ou la dynamique d'une ville.

Aujourd'hui, il est rare que la réalisation de grands ensembles architecturaux complets soit confiée à un seul architecte ou cabinet comme ce fût encore le cas avec la création ex-nihilo de Brasilia, - la capitale du Brésil entièrement réalisée par Oscar Niemeyer-, mais de nombreuses villes ont toujours recours à la commande d'éléments d'architectures monumentales pour créer ou renforcer leur image. On notera le caractère exceptionnel des projets menés dans les émirats arabes ou actuellement à Londres qui, tout en faisant appels à des cabinets d'architectes variés et toujours plus prestigieux, sont exécutés dans une unité de programme et de temps, rappelant ainsi la démarche des bâtisseurs de villes antiques.

Ces immeubles jouent un véritable rôle de porte-drapeaux dans la ville : expressions culturelles et artistiques de la volonté de se démarquer dans le paysage des cités en quête de modernité et de distinction.

La sollicitation d'architectes hyper créatifs devenus super stars – on parle de « starchitects » - dans leur domaine, est fréquente. Certains ont démontré comment qu'un seul coup de maître, une ville auparavant peu attirante pouvait passer de l'ombre à la lumière. C'est le cas de la ville de Bilbao, en Espagne.

Le cas exemplaire de Bilbao

Bilbao et son musée Guggenheim, un cas d'école.

Au milieu des années 1990, Bilbao est une ville portuaire sur le déclin qui a connu la fermeture de plusieurs de ses usines et chantiers navals. Dans un partenariat qui va s'avérer payant, les commanditaires vont œuvrer pour répondre à un double objectif : d'une part, la fondation cherche à créer un nouveau lieu emblématique pour accueillir le reste de ses collections en Europe sur le modèle du célèbre musée Guggenheim de New-York, bâti par Frank Lloyd Wright en 1959 et d'autre part, les décideurs publics cherchent à donner un rayonnement puissant à l'ancienne vallée industrielle qui se meurt économiquement. Les parties prenantes s'entendent parfaitement et le musée sera construit sur une friche industrielle en pleine ville, au cœur du centre géoculturel déjà existant et regroupant un musée régional, une université et l'opéra.

L'objectif est de créer un édifice à forte identité afin que les habitants se réapproprient la ville et tournent la page de l'époque industrielle. Ce qui induit un travail de deuil. Le souhait étant que les habitants ne fuient plus la ville comme les générations précédentes mais retrouvent un sentiment de fierté. C'est le rôle attendu du musée qui doit agir comme un monument.

La réalisation est confiée à Frank Gehry déjà connu pour son style unique. L'architecte va se dépasser en réalisant une sculpture monumentale à la fois abstraite mais comportant des éléments figuratifs. Outre la beauté de la réalisation artistique, le projet est une réussite car il est aussi un vrai projet urbain créant un nouveau carrefour se raccordant à la ville. Il intègre une passerelle qui relie les deux rives du fleuve, il cache une ancienne voie ferrée et

offre une promenade le long des eaux qui donnent l'illusion d'épouser les fondations (en fait, un bassin créé par l'architecte).

Dans ce cas d'école, le partenariat entre une grande fondation culturelle, la volonté politique et une architecture audacieuse ont transformé le plomb en or, la ville en monument culturel. La ville a connu un nouvel essor, devenue nouvelle vitrine mondiale elle a pu capitaliser longuement sur son image pour attirer de nouvelles populations et de nouveaux investisseurs.

Le cas de Montpellier, la « surdouée »

L'exemple de l'ancienne capitale languedocienne est intéressant à plus d'un titre car il est marqueur du début d'une époque où la frénésie d'innovations architecturales va durablement s'emparer des villes françaises. Élu maire en 1977, George Frêche va conduire une politique novatrice appartenant à cette génération de jeunes élus de culture néolibérale qui ont bien pris conscience des enjeux en matière d'attractivité et d'image du territoire.

Pionnier en la matière, - il dit s'inspirer de la Florence de la Renaissance où princes, artistes et banquiers mettaient leur savoir-faire en relation au bénéfice de la cité -, il dessine les grands objectifs pour sa ville. En premier lieu, il souhaite développer l'agglomération en direction de la mer puis, il veut constituer une euro métropole d'un million d'habitants. Il est à noter qu'à l'époque la ville bénéficie d'une démographie croissante (+31%) qui la conforte dans l'image d'une ville attractive. La présence d'une société de pointe comme IBM avec ses cadres implantée depuis 1965, contribuera encore à cette image, prouvant ainsi que l'on n'est pas simplement dans la communication, mais que les faits sont là.

Sachant rester à l'écoute des attentes de ses nouvelles populations aisées, le maire répondra en proposant un cadre de vie adapté. Ainsi, à partir des années 70 jusqu'aux années 2000, c'est tout un programme de constructions emblématiques qui va transformer la ville tout en la révélant au regard du reste du pays. Parmi ces grands projets on peut citer le quartier *Antigone* d'inspiration de la Rome ancienne, réalisé par l'architecte Ricardo Bofill, l'édification du *Corum*, le centre-ville réunissant le centre des congrès et l'opéra, ou encore le tramway. Il confie la mise en architecture de la ville à des grands noms comme Bernard Reichen, lauréat du grand prix d'urbanisme en 2005 et Rudy Ricciotti, lauréat du grand prix d'architecture en 2006 pour garantir à la capitale régionale de l'époque une image urbaine

originale et internationale. L'effet médiatique est atteint, et ce vecteur promotionnel permet à la ville d'enregistrer une croissance économique. Durant les années 80, la ville est surnommée « Montpellier la surdouée ».

3) Le Havre, une terre d'architectures contemporaines

Au Havre, les efforts d'embellissement consacrés depuis la fin de la guerre et renforcés par les choix des municipalités successives dans la construction d'édifices remarquables, pour la plupart récompensés et signés par des architectes de renom, traduisent ce que Françoise Choay s'exprimant à propos d'Alberti, qualifie d' : « une vision institutionnalisante de l'édification [car il existe] une relation consubstantielle qui lie l'édification à la spécificité des humains et à leur vie [...] les édifices ont une fonction mémoriale, une vocation à solidariser les générations successives dans une œuvre poursuivie en commun⁴⁶ », et qui donnent à la ville sont visage d'aujourd'hui.

Le Havre concentre un grand nombre d'édifices architecturaux, construits ou à venir, jouant ce rôle de porte-drapeaux dans la ville :

1. Le Musée d'art moderne André Malraux, MuMa⁴⁷ (1961), après le musée d'Orsay à Paris, il est le deuxième musée de France pour l'impressionnisme ;
2. La passerelle François Le Chevalier (1969) ;
3. « Le Volcan », scène nationale (1982) d'Oscar Niemeyer, transformé avec création de la nouvelle médiathèque en 2016,
4. La Bibliothèque universitaire (2006). Architectes : René et Phine-Week Dottelonde ;
5. La piscine des Bains des Docks (2008) de Jean Nouvel,
6. La résidence « A dock » d'Alberto CATTANI, (2010), propose 26 logements étudiants réalisés dans des containers offrant chacun un espace de 25 m² comprenant une chambre, une cuisine et une salle de bain.
7. Le Stade Océane (2012), d'une capacité d'accueil de 25 000 places. Il comprend des loges privatives, un auditorium de 200 places.

⁴⁶ Françoise CHOAY, Michel Paoli. - in *Alberti, architecte, humaniste*. - Collection d'Art En Question, éd. École Nationale des Beaux-Arts, janvier 2007, 285 p.

⁴⁷ Cf. annexes 9 à 19

8. L'École Nationale Supérieure Maritime, ENSM (2015), fruit d'un bras de fer pour maintenir l'école de prestige au Havre alors que le projet national la situait à Marseille,
9. La médiathèque Niemeyer,
10. Le Centre des Congrès (2016) vise à doter la ville d'un équipement moderne et attractif.
Architectes : Paul Andreu et Thomas Richez.
11. L'École de Management de Normandie (EMN, en projet pour 2019)
12. Le Centre de la Mer, Odyssey 21. Jean Nouvel, abandonné en 2012.

Ces monuments font de la cité Océane une ville qui compte parmi celles qui entretiennent un rapport particulier et fort à l'architecture monumentale. C'est une des images fortes de la ville que la municipalité entretient auprès des populations locales et de l'extérieur.

Mais, comme l'indique Clément Orillard, la ville n'est pas un élément figé, ni unifié. Elle se reconstruit en permanence et tel ou tel quartier peut voir sa démographie, son activité économique redémarrer et son espace se transformer à la faveur d'un changement d'image⁴⁸.

Comme au temps de la construction royale, les architectes se mettent souvent au service des décideurs publics et privés qui sont animés par la volonté de marquer leur territoire et de construire l'emblème de leur pouvoir.

Aujourd'hui, bien que le Havre témoigne à la fois de ses réalisations urbaines de l'après-guerre et d'une démarche moderne remarquable par ses qualités architectoniques et innovantes, l'architecture moderne en France reste toujours victime d'un déficit d'image⁴⁹.

B. Un environnement concurrentiel

1) Port mondial, mondialisation et compétitivité

Porté par une croissance importante de son activité et la nécessité de s'adapter aux défis d'un monde en constant développement, le port du Havre a beaucoup évolué au cours des dernières décennies. La ville ne permettant plus de satisfaire ses besoins d'espace, de transport multimodal et de moyens logistiques, en s'industrialisant, il a migré vers l'intérieur

⁴⁸ Clément ORILLARD, in Contrôler l'image de la ville, paragraphe 2

⁴⁹ Maria GRAVARI-BARBAS, Cécile RENARD. - *Une patrimonialisation sans appropriation ? Le cas de l'architecture de la reconstruction au Havre.* -2010 – Revue Norois n° 2010/4 (n°217), P. 57-73

des terres pour s'étendre sur une zone de plus de dix hectares. En 2006, avec la naissance de « Port 2000 », il a atteint une nouvelle maturité qui lui permet d'accueillir des porte-conteneurs toujours plus imposants et leurs marchandises venues d'Asie et du monde entier. Dans le même temps, pour des raisons évidentes de prévention, de contrôle et de sécurité – la zone pétrochimique est classée SEVESO⁵⁰ -, le site est devenu progressivement inaccessible à la population, créant une rupture entre le port et la ville. Cette situation engendre un paradoxe car aujourd'hui, le port industriel n'a plus aucune présence dans la ville. Les seuls liens rattachant la ville à la mer étant le port de plaisance, le petit port de pêche et les bassins qui n'ont plus aujourd'hui de fonction portuaire, et la plage.

Le port du Havre reste cependant le moteur principal de l'activité économique et le principal pourvoyeur d'emplois directs et indirects avec 31 000 emplois qui représentent 22 % de la zone d'emploi.

Son activité industrielle et pétrochimique en fait un bassin d'emploi spécifique avec des métiers très spécialisés. Ce qui a conduit le campus à développer une offre de formations adaptée aux filières de la logistique, de la chimie et de l'industrie. Il accueille désormais l'École Nationale Supérieure Maritime (ENSM) et une filière Sciences Po spécialisée dans les échanges économiques avec l'Asie.

L'histoire industrielle de la ville s'est finalement toujours écrite dans le cadre d'une compétition économique locale et internationale avec les ports de Rotterdam ou d'Anvers comme principaux concurrents. Les Havrais éprouvent une certaine fierté dans ce positionnement. Le communicant peut y voir un creuset pour le renforcement du sentiment d'appartenance tant il est vrai que de tradition, chaque habitant à une histoire plus ou moins proche avec l'activité du port. Une grande majorité de Havrais ou membres de leur famille y travaillent de manière directe ou indirecte.

2) Le défi touristique et compétitivité

Avec la mondialisation, la demande touristique a fortement progressé. Elle s'est diversifiée et impose aux territoires d'adapter leur offre afin d'être compétitif sur un marché de

⁵⁰ La directive Seveso impose aux États membres de l'Union européenne d'identifier les sites industriels présentant des risques d'accidents majeurs, appelés « sites SEVESO », et d'y maintenir un haut niveau de prévention.

plusieurs milliards d'euros. Il peut générer des retombées économiques très importantes pour un territoire qui peut en faire une de ces principales ressources économiques.

L'offre touristique aujourd'hui doit être créative et faire preuve d'originalité et d'imagination. Elle est particulièrement étoffée avec l'émergence de nouvelles destinations. Des lieux traditionnels de villégiature ont connu le déclin soit parce qu'ils ont manqué d'une politique de renouvellement de leur offre ou parce qu'ils ont été victimes de l'augmentation des prix, de la concurrence de nouvelles destinations exotiques des pays émergents, de l'inadaptation à la demande (apparition de nouvelles pratiques comme l'écotourisme) ou bien encore, en raison de l'émergence de conflits armés mettant en cause la sécurité.

Le choix des produits touristiques s'est élargi et offre des possibilités qui semblent sans limites.

Pour continuer à exister sur ce marché, les destinations touristiques doivent capitaliser sur leurs richesses et les valoriser. On dénombre quatre facteurs principaux qui permettent au territoire de répondre aux impératifs d'un marché concurrentiel :

- des ressources naturelles ou artificielles (paysages, patrimoine historique, culturel, etc.)
- une politique de compétitivité structurée (valeur qualitative, innovation) qui repose en bonne partie sur une coopération entre les acteurs publics et privés,
- un support institutionnel capable de renforcer l'image touristique du territoire, de soutenir les moyens nécessaires : soutien financier et juridique et à l'évènementiel, capacité à fournir une main d'œuvre adaptée au secteur (formation, etc.),
- la capacité à répondre à la demande : institutions d'accueil, infrastructures hôtelières suffisante, etc.

La création en 2004 des « pôles de compétitivité » a remis en actualité la notion de « clusters » et autres technopoles ou parc technologiques qui regroupent les énergies œuvrant dans un même domaine économique ou encore touristique. Cela traduit la volonté de réunir les acteurs publics et privés dans leurs efforts pour construire ensemble une réflexion aboutissant à une stratégie et à la mise en commun de moyens pour valoriser les atouts du territoire.

Ils sont aujourd'hui, l'outil par lequel on peut améliorer l'économie touristique d'un territoire, soit par une remise en tourisme d'une destination dont l'attractivité s'érode, soit par la mise en tourisme d'une destination nouvelle. En fonction de la nature et des caractéristiques du territoire, le travail consistera à agir sur les facteurs spécialisés qui peuvent être l'histoire, la gastronomie, le thermalisme, le sport, etc.

La politique des clusters est essentiellement basée sur le marketing et consiste à vendre une destination grâce à une image renouvelée dans une logique de visibilité externe. Mais il ne faut pas négliger sa visibilité interne. Elle doit fédérer les acteurs locaux afin de passer d'une logique d'actions isolées à une logique d'actions concertées et intégrées. Cela aura pour effet d'ajouter de la valeur à l'offre et de constituer une communauté articulée autour de la culture locale⁵¹.

Attractivité touristique et attractivité du territoire sont étroitement liées.

Le Havre est aussi exposé à une concurrence touristique dans sa proximité immédiate. La ville est en effet située entre deux destinations touristiques très prisées : Étretat et ses célèbres falaises à 25 km au nord, et Honfleur avec son Vieux Bassin qui se trouve au sud, de l'autre côté de l'estuaire de la Seine à 30 minutes en voiture. À quelques encablures de là se trouve Deauville, célèbre avec ses planches, son casino et son festival de cinéma américain, qui ouvre la côte vers Cabourg et les non moins célèbres plages du débarquement. Ici, la taille des villes n'entre pas en compte puisqu'elles sont bien plus petites que le Havre. Elles génèrent pourtant une attractivité forte et rayonnent à l'échelle internationale.

Ce jeu de mise en concurrence doit être porteur d'une dynamique touristique locale. Le salut pour l'ensemble de ces villes passe par une collaboration, une entente complémentaire afin proposer une offre coordonnée sur un triangle dessiné par les trois villes.

C'est du moins la stratégie développée par l'Office de tourisme de la région havraise qui s'est fixé deux priorités.

La première, redonner au Havre sa place de cité maritime de croisières en ouvrant notamment à partir de 2018, son port comme tête de ligne de plusieurs grandes lignes. L'enjeu est important pour l'image internationale et l'économie locale. On estime

⁵¹ Nathalie FABRY, in « Clusters de tourisme, compétitivité des acteurs et attractivités des territoires », Revue internationale d'intelligence économique 2009/1 (Vol. 1).

qu'actuellement un croisiériste qui séjourne quelques heures, le temps d'une escale dans la ville dépense environ 90 €. En faisant de la ville une tête de ligne ce chiffre est doublé, la durée des séjours s'allonge, le secteur hôtelier en bénéficie directement. L'ouverture à ces nouvelles grandes lignes devraient provoquer un effet « boule de neige » entraînant la signature de nouveaux contrats avec d'autres compagnies qui souhaiteraient offrir une nouvelle destination attractive à leurs clients.

La seconde priorité vise à faire de la ville une destination touristique forte à l'échelle nationale en s'appuyant sur les deux éléments moteurs du Havre que sont l'art impressionniste avec la présence du MuMa et l'architecture moderne, très présente dans la ville.

On notera que grâce à l'importante communication faite autour des festivités de son 500^e anniversaire, Le Havre a reçu le prix « Destination de l'année 2017 » des Seatrade Cruise Awards⁵² qui récompense en termes de croisières, les villes ayant accompli une réalisation remarquable au cours de l'année. Le prix consacre la qualité et l'intensité de la promotion de l'anniversaire de la ville portuaire qui accueille plus de 140 escales représentant plus de 400 000 croisiéristes en 2017. Le secteur connaît une progression continue depuis 20 ans, puisqu'en 1995 le port n'accueillait que 27 escales pour 26 000 passagers⁵³.

3) La métropolisation du territoire

Les pouvoirs publics et les acteurs privés ont intégré qu'atteindre une taille optimale pour agir est un facteur clé dans la stratégie de développement.

Dans la logique concurrentielle du marketing, ce phénomène participe à crédibiliser un territoire dans son action. Plus sa taille est importante et plus il peut peser sur les décisions économiques ou d'infrastructure à l'échelle régionale, voire nationale. Il peut mieux négocier par exemple, la ligne de train à grande vitesse avec le ministère des Transports et la SNCF.

C'est dans cette optique que la ville et sa communauté d'agglomération œuvrent activement pour rassembler les communautés voisines, ainsi que les villes d'un grand bassin qui traverse

⁵² <http://www.seatrade-cruise.com/awards/winners-2017.php>

⁵³ Cf. Annexe 20 : Chiffres de l'Office de tourisme de la région havraise, septembre 2017.

la Seine dans l'optique de collaborer avec les villes du département du Calvados. Ainsi, depuis le 1^{er} janvier 2017, le nouveau Pôle Métropolitain de l'Estuaire de la Seine a vu le jour au sein d'une structure juridique rassemblant des collectivités de différentes natures, totalisant 495 communes et une population de plus de 700 000 habitants qui souhaitent mettre en commun leur réflexion pour créer une synergie à grande échelle.

Cette étape marque la création d'un nouveau pôle métropolitain qui s'est dotée des compétences dans le domaine du tourisme, des mobilités, du développement économique, de l'évènementiel, de l'éducation et la santé. Il s'est fixé pour objectifs d'accompagner, de coordonner et de mettre en œuvre les actions d'intérêt métropolitain dans les domaines précités.

Outre la redynamisation du territoire, il ne fait pas de doute que le développement d'un nouvel attrait est aussi recherché afin d'offrir de nouvelles conditions optimales pour attirer de nouveaux investisseurs et de nouvelles populations.

La métropolisation semble être ainsi un mode de territorialisation susceptible d'apporter une réponse aux contraintes économiques, problématique de zone d'emplois, de service et d'adaptation à la globalisation. Elle répond aussi certainement au besoin ressenti par nombre de territoire de ne pas se retrouver isolés.

Il est intéressant d'observer que c'est avec l'ouverture du Pont de Normandie en 1995, qui relie les rives des deux anciennes Normandie, que les élus locaux ont décidé de se rencontrer pour échanger sur les problématiques communes de leurs territoires.

Officiellement créé depuis le 21 décembre 2016, le Pôle métropolitain de l'Estuaire de la Seine matérialise une volonté de complémentarité exprimée par des territoires très variés : urbains, ruraux, industriels, denses ou moins et à vocation touristique.

Un dialogue fécond s'est déjà instauré entre les différents EPCI afin de d'œuvrer au développement du bassin d'activité de l'Estuaire et pour son rayonnement.

En plus des bonnes pratiques qui ont été décidées, les acteurs ont formulé leur souhait de pouvoir :

- agir à la bonne échelle
- produire de l'évènement

- se faire entendre

L'objectif étant aussi de pouvoir dialoguer avec les autres pôles normands.

C. La nouvelle image, des facteurs d'attractivité

1) Attractivité : une mission, des moyens pour agir

Les récentes lois de réforme territoriale, notamment la loi MAPTAM de janvier 2014 et la loi NOTRe d'août 2015, ont doté les collectivités de moyens étendus pour conduire leurs stratégies attractives. Au Havre, la Communauté d'Agglomération Havraise (CODAH) s'est emparée de la compétence d'attractivité en lien avec les principaux acteurs institutionnels. Depuis 2015, elle a créé une mission « Attractivité » qui travaille en lien avec l'Agence de développement économique du Havre et de sa région : Le Havre Développement, structure associative en charge de conseiller et d'accompagner les entreprises – TPE, PME/PMI⁵⁴ – dans leur projet d'implantation, d'investissement ou de développement au Havre et dans sa région. Elle a vocation à promouvoir le bassin havrais à l'échelle nationale et assurer sa présence et sa visibilité dans les secteurs de l'économie numérique. Elle est aussi labellisée Normandy French Tech⁵⁵.

La mission Attractivité intervient sur trois axes principaux : le développement économique, l'enseignement supérieur et le numérique, et l'attractivité territoriale. Elle a pour vocation de favoriser le développement d'initiatives de création d'entreprises, améliorer et faciliter la mise en relation des acteurs économiques. Elle investit aussi dans l'avenir puisque que pour le volet Enseignement supérieur, elle participe à la création d'un campus universitaire visant à regrouper sur un même site l'ensemble établissements d'enseignement dans le but de créer un cluster étudiant favorable à l'éclosion de nouvelles dynamiques. Elle investit aussi

⁵⁴ TPE : Très petites entreprises (celles de moins de 10 salariés pour un chiffre d'affaires annuel ne dépassant pas les 2 millions d'euros); PME : Petites et moyennes entreprises (sociétés qui comptent moins de 250 salariés avec un chiffre d'affaires annuel < 50 millions d'euros, elles représentent la majorité des sociétés en France) ; PMI : Petites et moyennes industries

⁵⁵ Les Métropoles French Tech labellisées par l'État sont reconnues comme les écosystèmes de startups français les plus remarquables par leur dynamique de croissance, la mobilisation des entrepreneurs et leur nombre de startups en forte croissance. En Normandie, l'agglomération Caen-la-Mer, Rouen Métropole et la CODAH se sont réunies pour obtenir la labellisation « Normandy French Tech » en 2015.

dans la recherche et finance des thèses d'étudiants ainsi que des colloques scientifiques à l'université.

Elle fait le pari de parvenir à créer une nouvelle dynamique d'emploi basé sur le constat que les liens sont de plus en plus étroits aujourd'hui entre les étudiants et le monde de l'entreprise. Actuellement, 3 % des étudiants en France sont des créateurs d'entreprises (contre 11 % aux États-Unis). Elle souhaite donc préparer ces jeunes aux défis nouveaux.

Le campus universitaire local se distingue des autres grands pôles nationaux par son essence profondément lié à l'industrie. Cette jeune université inaugurée en 1984, s'est en effet construite autour de l'activité chimique et industrialo-portuaire : elle possède une licence professionnelle en Inspection des Sites Industriels (ISI). Cette particularité est une richesse qu'il conviendrait d'exploiter. En effet, il semble judicieux de développer cette singularité pour attirer des étudiants spécialisés dans des domaines que l'on ne retrouve pas ailleurs, plutôt que d'essayer de proposer la même offre que Rouen, Caen ou Paris, que l'on ne parviendra d'ailleurs pas à égaler.

Cette licence professionnelle permet ainsi de former des techniciens très hautement qualifiés ayant un savoir-faire pointu, poursuit le directeur. « Dès qu'ils sont diplômés (100% de réussite aux examens), nos alternants sont embauchés dans les secteurs de la chimie, de la pétrochimie ou du nucléaire, en France comme en Europe, avec des salaires très élevés à la sortie »⁵⁶.

« L'installation d'une école de Sciences Po au Havre est aussi un pari ingénieux », indique Sébastien Élie, chargé de mission Enseignement supérieur et Normandy French Tech à la CODAH⁵⁷. « Mais il convient aussi de savoir quelles sont les retombées positives pour le Havre. Que tirent les étudiants de leur passage au Havre ?

Aujourd'hui, ils effectuent les deux premières années d'études au Havre, mais partent effectuer la troisième année à l'étranger (c'est inclus dans la convention), et terminent leur parcours à Sciences Po Paris. Il faudrait capitaliser sur ce passage en sorte d'en tirer des fruits en local ».

⁵⁶ Stéphane LAUWICK, directeur de l'IUT de Caucriauville, in « Des alternants récompensés à l'IUT du Havre », Paris Normandie n° du lundi 11/09/2017

⁵⁷ Cf. Retranscription des entretiens : Entrevue n° 1

Le campus du Havre possède une population de 12 700 étudiants qui a connu une progression de +39 % en 10 ans. Toutefois, il faut relativiser ce succès quand on compare ces chiffres avec les 27 000 de Rouen et les 20 000 de Caen (28 000 selon le palmarès 2016 publié par *L'Étudiant*⁵⁸).

« Il reste des infrastructures à bâtir, conquérir l'interface ville-port, se positionner en tant que « smart-city-port », rapprocher Paris à moins de 2h10, pour susciter auprès des investisseurs, l'envie de venir s'installer au Havre. Cela, aucune communication ne peut le remplacer. », conclut le chargé de mission.

2) La dynamique des nouvelles idées

À travers l'histoire récente de leur ville ouvrière et en raison de sa situation quasi insulaire, les habitants et les entrepreneurs se sont longtemps considérés comme appartenant à une ville provinciale de taille moyenne, distante des activités de pointe qui se développaient ailleurs, et non armée pour rivaliser avec les autres grandes villes. Une forme de sous-estimation de soi s'est formée, nourrie par l'absence de véritables infrastructures adaptées pour accueillir des grands salons professionnels. La mauvaise santé d'une partie de son secteur industriel et de son commerce, la modeste taille du campus étudiant et la faible présence d'investisseurs n'incitaient guère au développement de projets ambitieux.

Aujourd'hui, la ville et ses partenaires consacrent de nombreux efforts pour redynamiser le bassin d'emploi fortement industrialisé et qui compte deux sites classés SEVESO. Ils ont mis en place une politique de protection de la nature et de l'environnement qui s'est traduite dès par la création en 1997 de la réserve naturelle nationale de l'Estuaire de la Seine. Le projet fût massivement médiatisé à l'époque, dans une tentative de « green washing⁵⁹ ».

⁵⁸ Dans le classement 2016-2017 des villes étudiantes de France, *L'Étudiant.fr* publié le 05.09.2017, La Havre arrive en 40^e position avec un score global de 53 points (Grenoble se classe 1^{er} avec 108 points), selon les 5 critères suivants : Formations, attractivité, cadre de vie, vie étudiante et emploi. À noter, sur le critère de l'attractivité seul, Le Havre se hisse à la 17^e position (37^e pour le cadre de vie, 40^e pour l'offre de formation, 35^e pour la vie étudiante et 39^e pour l'emploi).

⁵⁹ Le « green washing », en français « l'éco blanchiment », consiste pour une entreprise à orienter ses actions marketing et sa communication vers un positionnement écologique. C'est le fait souvent, de grandes multinationales qui de par leurs activités polluent excessivement la nature et l'environnement, et qui, pour redorer leur image de marque, investissent dans la communication pour « nettoyer » leur image.

Un effort important est consenti dans le domaine du sport qui, la ville l'a bien compris, représente un domaine très sensible en termes d'image d'un territoire.

Elle s'est engagée dans le soutien aux sports de haut niveau et fait appel au rayonnement de l'équipe féminine de Hand-ball, sacrée championne de France deuxième division en 2001 et 2^{ème} place en D1 en 2004 et 2014. Elle soutient l'équipe de football masculine du HAC, en deuxième division dont le retour en ligue 1 est attendu depuis plusieurs années. La ville a été sélectionnée pour accueillir des matchs de la coupe du monde féminine de football en 2019. Une belle occasion de valoriser sur les médias nationaux la ville et le stade Océane, récompensé pour son design par plusieurs prix d'architecture.

Depuis 2012, elle accueille un grand rendez-vous de l'économie et des idées pour un monde meilleur, le forum de l'économie positive baptisé « LH Forum ». Il est le fruit d'une volonté partagée entre la municipalité et l'écrivain économiste, Jacques Attali⁶⁰, de proposer un évènement au rayonnement international qui doit installer la ville comme un territoire responsable et soucieux du devenir de notre société. Il propose durant quatre jours des rencontres, conférences, débats et ateliers autour d'un concept défini comme : « Un évènement ouvert à tous qui a pour ambition de participer à l'émergence d'une société positive pour les générations futures. » Un thème extrêmement ouvert et qui accueille indistinctement étudiants, société civile, entreprises, ONG et représentants des territoires.

Du point de vue médiatique, le LH Forum a été aussi une belle occasion de recevoir au Havre des personnalités de marque comme Salman Rushdie, Christian Lacroix, Pierre Rabhi, Hubert Reeves ou encore, la navigatrice Ellen Mac Arthur.

Une journée des acteurs positifs havrais est aussi organisée et met en avant des initiatives locales autour de l'environnement, de la citoyenneté, de la solidarité et de l'économie.

La ville se dote d'outils lui permettant de créer sa propre visibilité dans les secteurs les plus variés et porteurs à la fois, de donner l'image d'un territoire « durable » dans une logique de gouvernance de l'attractivité et d'assurer la médiatisation de sa nouvelle signature, à la manière d'un LH 2.0.

⁶⁰ Jacques ATTALI est fondateur de la fondation Positive Planet (1998) qui propose des solutions de micro crédits à travers le monde. C'est sur une commande de François Hollande en 2012, que Jacques Attali remet rapport sur la situation de l'« économie positive », c'est-à-dire au service des nouvelles générations. Avec Edouard Philippe, maire du Havre, ils lanceront le LH Forum en 2008.

On notera enfin, la nomination en mai 2017 d'Édouard Philippe, l'ancien maire du Havre, aux fonctions de Premier ministre du Président Macron, élu en mai 2017. Un évènement qui sans nul doute a créé une providentielle curiosité autour du haut fonctionnaire et de sa ville, renforçant son image. Un timing qui ne pouvait pas mieux tomber, en pleine célébration du 500^e anniversaire de la ville.

3) De « Stalingrad-sur-Seine à Manhattan-sur-Mer »

Des galets et des goodies.

Le Havre, ville située en bord de mer, est réputé pour son port industriel. Elle est moins connue pour son port de pêche et son plan d'eau qui permet la pratique de la voile de plaisance et de nombreux autres sports nautiques innovants. Elle possède aussi une plage de deux kilomètres en bordure du centre-ville qui représente un des principaux attraits de la vie des Havrais. Si certains reprocheront la température fraîche de l'eau ou la présence de galets, elle est toutefois un lieu de promenade très apprécié qui offre de magnifiques paysages sur le large et des lumières spectaculaires en toutes saisons. Le ballet des bateaux qui se croisent à l'entrée du port apporte cette touche singulière qui la caractérise.

De gros efforts consentis par la municipalité à partir des années 90 ont rendu l'endroit particulièrement appréciable aujourd'hui. Des bars et restaurants fleurissent chaque année sur la plage du printemps au début de l'automne dans un cadre agréable pour des moments conviviaux en famille ou entre amis, tandis que les enfants peuvent jouer en sécurité dans les grands espaces verts dessinés par l'architecte-paysagiste Alexandre Chemetoff en 1994.

Le succès et la multiplication des boutiques-souvenir proposant des produits estampillés « LH new » traduit très bien la nouvelle perception que les habitants ont de leur ville. Jusqu'à peu, on trouvait surtout des boutiques de souvenirs sur le thème marin avec l'incontournable pull marin à rayures, peintures bucoliques d'un bateau de pêche dans le bassin du Roy, les cadres-photo bleu marine et blanc entouré de leur cordelette d'inspiration marine, etc. En fait, des souvenirs à touristes que les visiteurs pouvaient se procurer dans n'importe quelle boutique souvenir du littoral allant de La Rochelle aux côtes normandes.

Dans une démarche plus artisanale cette fois, on a vu apparaître des premiers objets distinctifs faits de « bois flotté » (morceaux de bois ramassés sur le rivage ayant subi

l'érosion après un séjour prolongé en mer) et de galets décorés. Quelques artisans ayant pignon sur rue ont remporté un certain succès grâce à ses objets portant la marque marine du territoire havrais.

Mais la vraie éclosion date d'une dizaine d'années, certainement sous l'effet du classement au patrimoine mondial et à l'arrivée des premiers touristes de l'architecture classée. Les commerçants ont rapidement compris qu'il y avait un créneau à saisir et l'on a vu apparaître les premières boutiques de souvenirs estampillés des symboles de la ville. Les objets proposés se sont rapidement modernisés passant du set de table illustré au mug arborant fièrement les deux lettres « LH »⁶¹, dans un style graphique reprenant celui du « LA » de l'université de Los Angeles que l'on retrouve sur les casquettes de base-ball et les maillots de basket.

En l'espace de quelques années, ces produits marketing ont rencontré le succès auprès d'une clientèle constituée de havrais de tous âges. Des magasins bien situés en centre-ville proposent une ligne complète de produits, des teeshirts aux « tote bags », en passant par les transats et une « skyline » de la ville, finement ciselée dans l'aluminium, et qui rappelle la silhouette de Manhattan avec ses gratte-ciel. Un « must have », l'autocollant « LH » qui fleurit sur les plaques d'immatriculation à l'arrière des voitures, affichant ainsi en voyage hors du département, la fierté de venir du Havre. « The new place to be. »

Conclusion partielle (deuxième partie)

Nous avons pu observer comment la décentralisation et la mondialisation sont des éléments moteurs du jeu de concurrence entre les villes. Les collectivités ont de plus en plus souvent recours aux méthodes issues du marketing pour se distinguer et continuer à exister sur un « marché » concurrentiel de territoires. Le diagnostic a été posé sur la situation actuelle du Havre. Il convient maintenant de s'interroger sur la méthode entreprise pour réussir à changer l'image de la ville.

« Qu'est-ce que la ville, sinon ses habitants ? », écrivait William Shakespeare⁶². Les villes doivent s'appuyer sur leurs forces vives et le tissu associatif et culturel pour maintenir un niveau d'animation suffisamment attractif. Elles ont aussi besoin de main d'œuvre qualifiée

⁶¹ Cf. Annexe 21 : l'ancien Maire du Havre, devenu Premier ministre arborant les initiales de sa ville à la TV.

⁶² William Shakespeare dans *Coriolan*, 1607

et spécialisée, de cadres, de matière grise et d'investisseurs pour entretenir l'activité du secteur économique et de l'emploi. Leurs infrastructures doivent permettre de retenir les populations et en attirer de nouvelles. L'emploi et l'activité économique sont des facteurs déterminants au même titre que les services proposés et la qualité du cadre de vie. L'architecture joue un rôle important car elle définit un cadre de vie qui peut être valorisant ou dépréciatif.

Le Havre possède une signature architecturale forte et contrastée. Sa zone urbaine ne se limite pas au centre reconstruit même si celui-ci fait office de vaisseau amiral pour toute l'agglomération. La ville, - qui se découpe en une myriade de quartiers se distinguant par la variété et la qualité de leur habitat, leur situation à proximité d'un parc ou au cœur de la zone portuaire, des constructions pavillonnaires ou des tours HLM -, est faite de contrastes qui reflètent la diversité sociale, culturelle et ethnique de ses populations. Ce maillage de tissus sociaux différents constitue son identité.

Elle doit aussi affirmer la force de sa signature architecturale à travers des réalisations emblématiques qui traduisent ses origines industrielles comme dans les projets récents de l'ENSM (voir annexe 15) ou à venir avec la Cité numérique (voir annexe 17). Elle veillera toutefois à éviter le piège des projets pharaoniques dont le financement même peut mettre en péril l'équilibre budgétaire de la collectivité, comme cela failli être le cas avec le projet « Odyssey 21 » (voir annexe 19) qui sera finalement abandonné. De fait, le projet architectural ne doit pas perdre de vue que l'équilibre de la ville repose dans la satisfaction des besoins de l'ensemble de ses populations. Ce qui inclut la nécessité de trouver un emploi et passe aussi par le maintien de l'animation commerciale du centre-ville, le développement de son économie et la réussite de ses projets industrialo-technologiques. Il y a donc un lien crucial à entretenir entre la zone industrialo-portuaire et la ville, car la réussite de la première conditionne le succès de la seconde.

C'est cette nouvelle interface ville-port que l'on retrouve dans le projet de création d'une « smart-city-port » porté par communauté d'agglomération⁶³.

Les acteurs du développement local doivent mettre en avant les atouts du territoire observés dans le schéma (*figure 2. page 37, SWOT : les forces internes de la ville*) : sa

⁶³ Cf. entretiens n°1 et n° 6.

situation géographique et son potentiel de développement dans les domaines de la recherche universitaire, de l'industrie et du tourisme de croisière.

Kevin Lynch indique⁶⁴ : « [...] si l'environnement urbain est organisé de manière visible et nettement identifié, alors le citoyen peut lui insuffler ses propres significations [...]. Il deviendra alors un véritable lieu, remarquable et distinctif. Vivre dans ce cadre, quelques soient les problèmes économiques ou sociaux que l'on rencontre, ajoute, semble-t-il, à l'expérience une profondeur supplémentaire, qu'elle soit faite de joie, de mélancolie ou d'un sentiment d'appartenance. »

⁶⁴ Kevin Lynch, *L'image de la cité*, Paris, Dunod, 1969, traduction Marie-Françoise Vénard et Jean-Louis Vénard, 1999 (p. 107)

Troisième partie

La création d'une nouvelle empreinte dans la mémoire collective

A. L'évènementiel et l'artialisation de la ville, nouveaux vecteurs de mobilisation et de création d'image

1) « Un été au Havre 2017 », une célébration architecturale des 500 ans

Légitimée par son inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO, la ville a voulu affirmer sa notoriété grandissante en créant un temps fort autour de la célébration de ses 500 ans. Pendant quatre mois, du 27 mai au 8 octobre 2017, dans une atmosphère de renouveau, elle a choisi de raconter son histoire à travers des festivités populaires et « high-tech », traduisant son ancrage dans le XXI^e siècle.

Les célébrations du 500^e anniversaire sont avant tout une démarche tournée vers l'avenir plutôt qu'une commémoration du passé. Elles ont pour but de renouveler l'image de la ville, en s'appuyant sur le « levier culturel » afin de magnifier la ville. La collectivité y voit d'ailleurs « incontestablement une excellente opportunité d'image, de notoriété et d'animation du territoire. » Le véritable but d'*Un été au Havre 2017* est de créer un évènement rassemblant les Havrais dans le but de susciter un sentiment de réappropriation de la ville.

Les objectifs sont clairement énoncés dans une note interne :

- faire en sorte d'accroître la notoriété de la ville auprès des Français qui ne sont que 8% à déclarer connaître la ville,
- donner envie de découvrir Le Havre comme une nouvelle destination touristique le temps d'un weekend ou pour des vacances,
- réaffirmer la ville comme une ville de nautisme de premier plan et séduire par son caractère balnéaire,
- donner envie aux cadres de l'ouest parisien de venir s'installer,
- nourrir une meilleure image de la ville actuellement mitigée (31% des Français déclarent en avoir une mauvaise image),
- convaincre sur la qualité de vie (architecture, sports nautiques)

L'organisation d'un tel évènement ne peut souffrir aucune approximation ou amateurisme. La ville a donc fait appel à une agence experte, spécialisée dans la création de ce type de grands rassemblements évènementiels et a confié la programmation à ARTÉVIA. La communication a été répartie entre l'agence Claudine Colin Communication et la direction de la Communication de la ville. Le budget de 20 millions d'€ consacré à l'organisation et à la communication autour de l'évènement traduit l'importance accordée à ce projet. La ville en a fait un facteur déterminant de sa politique de développement.

La campagne de communication mise en place durant près de 6 mois, a atteint un niveau de couverture médias jamais atteint auparavant pour la ville normande, avec :

- des insertions régulières dans la presse quotidienne nationale et régionale,
- des affichages Decaux 2m² et 12 m² dans l'espace public des grandes villes de France,
- un site web dédié www.unétéauhavre2017.fr,
- des applications mobiles pour parcourir la ville à la découverte des œuvres et d'autres pour les informations pratiques pour bien préparer son séjour,
- de nombreuses invitations à la presse nationale et internationale,
- des numéros spéciaux (couvertures et dossiers) dans de nombreux magazines,

Ainsi que des émissions et reportages sur les chaînes de télévision nationale et internationale.

L'évènement comptait plusieurs temps forts répartis depuis la journée inaugurale au mois de mai jusqu'à la clôture en octobre :

La Magnifik Parade

Des évènements de rues ont été proposés dans l'espace public. On soulignera le grand défilé inaugural de la « Magnifik Parade », défilé de mannequins arborant d'excentriques costumes qui rendent hommage à Auguste Perret et au centre reconstruit⁶⁵. Le ton est ainsi donné aux spectateurs : ici, c'est bien la ville que l'on célèbre, tout en misant sur les sentiments de fierté et d'appartenance des Havrais. L'évènement a rassemblé plus de 20 000 spectateurs le long du parcours de la parade.

⁶⁵ Cf. Annexe 22 : photos des mannequins de la Magnifik Parade

Franciscopolis, Royal de Luxe

Le retour des géants de la compagnie de spectacles de rues est un évènement qui était très attendu des Havrais qui entretiennent un lien tout particulier puisque c'est au Havre que ce spectacle avait été présenté pour la première fois au public en 1993. Pour célébrer ce retour et cet anniversaire, le spectacle proposait donc cette année quelques créations originales rendant hommage à la ville et ses principaux symboles. Selon les organisateurs, plus de 300 000 spectateurs ont parcourus les rues de la ville à la poursuite des géants qui ont circulé à travers la ville durant trois jours.

Les « Grandes voiles » et la transat Jacques Vabre

En convoquant l'univers marin, ce sont les origines même de la ville qui sont mises en avant. Les « Grandes Voiles » qui ont rassemblées une trentaine de grands voiliers du 19^e siècle et plus de 180 000 spectateurs sur la seule journée du samedi 3 septembre, jouent sur la dimension historique et rappellent le passé prestigieux du port. Tandis que la transat Jacques Vabre se tourne vers un présent audacieux en réunissant sur l'eau les plus rapides et les plus technologiques des *formules 1 des mers*, pour une traversée record de l'océan Atlantique à destination du Brésil.

Grâce à la transat, dont elle est elle-même l'organisatrice –ce genre d'évènement est habituellement confié à des prestataires spécialisés –, la ville depuis plusieurs années a donné à voir sa plage, ses bassins et sa capacité à accueillir un grand évènement sportif maritime sur les médias nationaux. Il a fortement contribué à changer l'image et le regard porté sur la ville, suscitant en même temps la fierté des Havrais de montrer leur port sous cette nouvelle dynamique⁶⁶.

Impression de Monet

C'est en effet au Havre que le maître Claude Monet a peint en 1872 le tableau intitulé « Impression, soleil levant », et qui a donné son nom au mouvement pictural l'*Impressionnisme*. Dans le cadre d'un prêt exceptionnel et fortement médiatisé, le musée Marmottan de Paris a accepté de confier l'œuvre inestimable au Musée d'Art Moderne du

⁶⁶ Cf. Retranscription des entretiens : Entrevue n°3

Havre (MuMa), lui permettant ainsi de revenir un temps à quelques encablures de l'endroit qui la vue naître et donner cette très fameuse représentation du port du Havre.

Icones urbaines

On notera aussi l'œuvre monumentale de l'artiste Vincent Ganivet, « Catène de containers », une double arche installée sur les quais et les reliant à la place de l'Hôtel de Ville par la rue de Paris. Une manière judicieuse de redonner vie à cet axe historique (la plus ancienne voie du Havre inspirée de la rue de Rivoli à Paris, dont elle emprunte les colonnades) et qui a aujourd'hui perdu de sa superbe avec des commerces souffrant d'une trop faible fréquentation. Conçue initialement comme une œuvre éphémère, elle semble promise à devenir le symbole du renouveau du Havre, eu regard aux nombreuses signatures récoltées sur les pétitions adressées à l'équipe municipale par les Havrais réclamant sa pérennisation.

On remarquera aussi la création d'une chanson originale « Au fil du Havre », interprétée à l'occasion de la soirée inaugurale par Catherine Ringer (ex-chanteuse de Rita Mitsouko) et qui se voulait hymne des festivités.

Les manifestations proposées durant les quatre mois avaient vocation à révéler (au sens photographique du bain révélateur dans lequel apparaît l'image) la ville, à la montrer. C'est précisément ce qui a orienté le choix des organisateurs vers des événements faisant appel aux arts plastiques, visuels et à l'architecture, domaines de l'image (*l'icône*) et du symbole (*le signe*) par excellence. En exposant la ville, et en jouant avec ses sites naturels et construits, les festivités ont donné à voir sa dimension architecturale qui la distingue des autres grandes villes normandes.

C'est aussi cette volonté qui a orienté le choix de Jean Blaise⁶⁷, comme directeur artistique d'*Un été au Havre*, pour mettre la ville en scène. Dans l'éditorial du site web consacré à l'évènement⁶⁸, le scénographe indique : « Le Havre est ainsi rempli d'images étranges. Cette ville photogénique séduit les artistes dès leur arrivée par sa lumière – c'est devenu un cliché – mais surtout par son ambiance que les œuvres proposées devront révéler. Comment

⁶⁷ Jean Blaise, directeur artistique de spectacles, est le fondateur de la maison de la culture à Nantes. Il dirige le Lieu Unique depuis 2000 ainsi que Le Voyage à Nantes depuis 2012, dont il est aussi le créateur.

⁶⁸ <http://www.uneteauhavre2017.fr/fr>

restituer une ambiance, retrouver la profondeur d'une cité à travers des gestes artistiques qui voudraient la faire danser. Le Havre, reconstruite dans les années cinquante par l'atelier de l'architecte Auguste Perret, inscrite au patrimoine mondial de l'humanité en 2005, mérite à l'évidence de devenir une des destinations françaises les plus désirées du tourisme urbain.

Reste à comprendre cette ville, à l'aimer, à la mettre en scène, à repérer celles et ceux qui lui inoculent leur énergie et leur talent, à être avec elle audacieux mais juste, à faire sourdre son étrangeté et son évidente poésie. »

On notera que l'évènement a instrumentalisé la ville⁶⁹ en exploitant tous les espaces particuliers et propres à l'histoire portuaire et maritime de la cité comme la plage, les bassins, les grandes places et avenues offertes par la trame Perret, le quartier des dockers, les quais, la flèche monumentale de l'église Saint-Joseph, etc. Ceci a eu pour conséquence de transformer la ville en un immense espace d'exposition contemporain et de produire des images uniques : photos et vidéos aériennes magnifiant la cité et ses équipements, fabriquant de nouveaux « lieu de mémoire » où la ville entière devient lieu de création et d'imaginaire.

Quelle sera la trace laissée par l'évènement sur le territoire et sur les habitants ? De l'avis de Jean-Jacques Gouguet⁷⁰, tout l'enjeu va consister à planifier ce type d'évènement [...] de façon à en optimiser l'héritage social.

Il est encore tôt pour dresser des bilans comptables précis, mais la municipalité espère des retombées économiques positives de cet évènement. À titre de comparaison, dans le bilan présenté après l'édition 2015 du « Voyage à Nantes », pour un investissement de départ de 3 millions d'euros la ville de Nantes avait déclaré un total de 48,8 millions d'euros dépensés en deux mois par les visiteurs.

L'office de Tourisme havrais a pour sa part enregistré une hausse significative de la fréquentation hôtelière, puisque les statistiques des mois de mai, juin et juillet affichent une hausse de + 92 et + 98 %. La Maison du Patrimoine, le deuxième point d'information touristique de la ville, a atteint 120 % sur la même période. L'office a même atteint un pic

⁶⁹ (Augustin) Jean-Pierre, 1998, Villes et culture, un nouveau rapport au monde, in Jean-Pierre Augustin, Lieux culturels et contexte s de villes, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 212., p. 9-24

⁷⁰ Jean-Jacques Gouguet, dans « Urbanisme » - printemps 2017, à propos du GIP Paris 2024, indique qu'il faut tirer les « leçons » de Barcelone (les jeux olympiques de Barcelone 1992 sont une référence de l'avis des spécialistes) et Londres.

record avec plus de 3000 visiteurs dans la journée, le samedi du spectacle de rues de la compagnie Royal de Luxe.

2) La place des œuvres d'art dans la ville

L'exposition d'œuvres d'art dans l'espace public ne relève plus d'une simple fonction décorative ou d'ornement. C'est une démarche qui possède aujourd'hui un puissant potentiel d'attractivité et qui participe de l'image et de la notoriété d'un lieu.

Si certaines œuvres et monuments publics remplissent une fonction commémorative (les statues dressées à la gloire de « grands hommes ») ou de témoignage du passé (les arches, obélisques et colonnes), avec l'essor de l'art dans la commande publique au début des années 80, la création contemporaine a pris une toute autre dimension.

En faisant sortir les œuvres des musées et des galeries pour les proposer à un public élargi au sein de l'espace public, ce mouvement a démontré qu'elles n'étaient pas simplement des objets à accrocher aux murs mais qu'elles devenaient constitutives de la ville.

Les installations artistiques ont démontrées, à condition toutefois que l'œuvre parvienne à « fonctionner », qu'elles pouvaient avoir une influence sur l'espace public. Certaines ont offert de nouveaux repères pour s'orienter dans la ville, d'autres ont pu susciter de nouveaux usages parfois inattendus et imprévus (on pense par exemple aux colonnes de Buren qui ont fait de la place du Palais-Royal un terrain de jeux pour les enfants), manifestant ainsi par l'adoption du public qu'elles s'étaient véritablement intégrées dans la ville.

Ariella Masbounji, décorée du Grand prix de l'urbanisme en 2016, considère que son métier consiste à faire aimer la ville. Elle ajoute que : « L'art, assurément, est un moyen d'y parvenir. Mieux encore, une intervention artistique peut donner sens à un lieu, autant qu'un travail sur le paysage [...] Comme l'urbaniste, l'artiste est capable de saisir les lignes de force d'un lieu et, par son intuition, il parvient à le transfigurer⁷¹. »

⁷¹ Ariella MASBOUNGI, in Espace public, Aménager la ville, c'est du grand art, Architecture et technique, Le Moniteur, 7 juillet 2017, par Marie-Douce ALBERT.

Les œuvres contribuent ainsi à fabriquer une identité, à révéler des lieux auparavant trop discrets, voire méprisés. L'architecte Patrick Bouchain⁷² ajoute : « [...] l'arrivée d'une œuvre pérenne ou éphémère [dans l'espace public, *ndlr*] est un moyen de se le réapproprier et parfois de redécouvrir ce que l'on ne voit plus ». Il poursuit, « [...] même le patrimoine historique peut avoir besoin de reconquête. C'est ainsi que dans la cour du Palais-Royal, Daniel Buren a prouvé qu'on pouvait ajouter une œuvre d'art à une autre œuvre d'art. Et cette intervention très contemporaine a incité le public à revenir voir une architecture classique. »

« Ainsi, les œuvres prennent en quelque sorte la parole pour raconter la ville et à leur façon révéler son audace à entreprendre » assure Jean Blaise⁷³. Plus qu'une simple commémoration historique, en faisant appel à Jean Blaise la municipalité souhaitait faire la démonstration en 2017 que la cité portuaire possédait un véritable patrimoine digne de susciter l'intérêt, d'une architecture, d'un cadre propre. Le pari ici, était de parvenir à délivrer le port de sa réputation de ville « moche », faire du Havre en 2017 « The place to be ».

La hausse de la fréquentation enregistrée par l'Office de Tourisme du Havre et le Musée Malraux des expositions rétrospectives de Pierre & Gilles présentation, et de l'œuvre maîtresse de Monet, *Impression soleil levant*, démontrent bien le pouvoir de « booster » d'attractivité que possède la création contemporaine.

3) Les retombées médiatiques, LH dans les grands médias

L'organisation de grands événements culturels ou sportifs fait partie de la panoplie des outils de communication privilégiés pour faire rayonner l'image d'une ville. Les villes investissent des sommes de plus en plus importantes pour organiser des événements culturels ou tenter de remporter un concours pour accueillir un événement sportif. Ces grands rassemblements ayant déjà largement prouvé leur efficacité pour accroître la notoriété d'une ville ou d'une région. Les risques financiers sont réels mais semblent en valoir l'enjeu. Ainsi, en 2005,

⁷² Patrick Bouchain, architecte était architecte-assistant de Daniel Buren pour « Les Deux Plateaux » installés dans la cour du Palais-Royal en 1986.

⁷³ « Aménager la ville, c'est du grand art », in le Moniteur, 7 juillet 2017

consécutivement à l'accueil d'un grand évènement sportif, et malgré une perte de 4 millions de dollars dans le budget de la ville, le maire de Montréal déclarait : « Cela valait la peine. [...] Les Mondiaux ont apporté une visibilité incroyable pour la ville, une vitrine sur le monde. »

À l'heure de rédiger ces lignes les chiffres permettant de mesurer l'impact des festivités sur l'image de la ville ne sont pas encore connus mais il apparaît d'ores et déjà que l'objectif consistant à offrir à la ville une couverture médiatique exceptionnelle a été atteint. Si l'on se réfère aux nombreux articles de presse, aux vidéos et photos diffusées sur les réseaux sociaux institutionnels de la ville mais aussi les images partagées spontanément par les Havrais et nombreux spectateurs venus profiter de ces quatre mois de festivités, la ville semble avoir bénéficié d'une couverture médiatique sans précédent.

L'objectif principal qui était de faire connaître la ville et de faire parler d'elle favorablement avec un discours positif et démontrant son potentiel à être un objet d'émerveillement a été atteint.

Des reportages ont été diffusés sur les chaînes de télévision nationales et étrangères. Pour parvenir à ce résultat, un important dispositif a été rendu opérationnel, la ville a concentré les efforts de son service presse sur son évènement phare de l'été. Trois attachés de presse à temps complet ont eu pour mission de d'établir des contacts privilégiés avec les journalistes de la presse nationale et locale. De nombreuses insertions presse ont été négociées dans des revues spécialisées : architecture, tourisme, beaux-arts, etc. ciblant un large éventail de publics cibles.

Dans son plan média, la ville a consacré un important budget à la diffusion d'affiches qui ont fleuries tout au long de l'été sur les espaces publicitaires de la capitale, des grandes villes du pays et en Normandie.

France Inter a délocalisé ses programmes pour une « Matinale » d'émissions depuis le Théâtre de l'Hôtel de Ville⁷⁴. En tant que partenaire de l'évènement, le média a annoncé chaque temps fort du programme des manifestations sur ses ondes pendant toute la période des festivités.

⁷⁴ Cf. Annexe n° 23 : Affiche Decaux 120 x 175, promotion des programmes France Inter au Havre

Le Havre a été représenté dans plusieurs programmes télévisés sur les grandes chaînes publiques durant toute la période estivale couvrant les festivités :

- Ainsi, dans son journal télévisé de 13 heures daté du 26 août 2017, TF1 a proposé un reportage de 6 mn 30, « à la découverte du Havre et de ses bons plans le temps d'un weekend »
- reportage Metropolis sur Arte de 12 minutes diffusé le 12 juin 2017,
- Les 19 et 20 août, la chaîne Museum a programmé un weekend spécial consacré au Havre avec la diffusion de plusieurs reportages et émission de divertissement réalisés au Havre et traitant de la ville. Samedi 13 h : « Art news », présentant les principales expositions d'art à ne pas manquer dans les divers musées de la ville, 19 h : un documentaire sur Raoul Dufy, 21 h : « Art Contest » : un programme de divertissement sur la peinture, filmé au Havre, dimanche 18 h : un documentaire sur Claude Monet, suivi de « Le Havre d'Auguste Perret : la ville béton » un reportage de 30 minutes sur l'histoire du centre reconstruit jusqu'à la présentation des œuvres installées dans la ville à l'occasion des célébrations.

Toute proportion gardée, on se souviendra en guise d'exemple le succès du film *Bienvenus chez les Ch'tis*. En effet, les retombées presse ont explosé dans les mois qui suivirent la diffusion du film en salle. Ce succès a aussi eu un impact à la fois sur la population locale qui a accueilli positivement, voire avec fierté, la représentation de sa ville au cinéma, et sur l'image de la région en modifiant favorablement et durablement celle que les Français en avaient auparavant. Les retombées économiques et touristiques furent aussi importantes avec des chiffres d'affaires en hausse de 15 à 40 % l'année suivante pour les commerces et le secteur hôtelier⁷⁵.

La notoriété apportée à la ville par un évènement hautement médiatisé, constitue un argument important pour justifier de tels investissements financiers, malgré les risques encourus. L'offre culturelle est devenue un enjeu majeur pour capter l'attention des publics et attirer les professionnels. La construction de la nouvelle image à travers un grand

⁷⁵ Benoît MEYRONIN, in *Marketing territorial, Enjeux et pratiques*, éd. Vuibert, 3^e édition, 2015

événement vise surtout à positionner la ville sur la carte nationale et à attirer de nouveaux investisseurs.

Pour une fois dans l'histoire du Havre, la communication et le bruit médiatique réalisé autour de la ville était contrôlés et choisis. En tout état de cause cette communication était valorisante pour la ville et ses habitants.

B. Créer la dynamique pour mettre la ville en mouvement.

1) Fédérer les partenaires et la population

Il existe plusieurs définitions du marketing territorial. Mais le concept renvoi presque toujours à la notion de marché ou du moins, à celle d'un service public marchand qui utilise de plus en plus les codes et les outils de management du secteur privé. Si l'on observe le travail réalisé autour de la construction de la nouvelle image du Havre, on constate que l'utilisation de dispositifs de marketing est de plus en plus fréquente. Ce qui tend à signifier que le marketing cherche à établir un rapport avantageux entre une offre d'une part, représentée par ses projets de territoire (nouvelles structures économiques, logement, enseignement supérieur, offre touristique, etc.), et une demande représentée par les investisseurs, cadres, les touristes et autres publics qu'elle souhaite attirer d'autre part.

C'est dans le but de développer ce secteur que la communauté d'agglomération s'est dotée d'une agence, Le Havre développement et d'une mission Attractivité territoriale, dont les missions visent à attirer, à favoriser et à pérenniser l'installation d'acteurs économiques sur le territoire. Les interlocuteurs publics sont ainsi entrés dans une ère de promotion de leur territoire, au cœur d'une farouche concurrence entre territoires qui, pour exister, doivent renouveler et sans cesse vendre une image attractive. Pour cela, elles doivent proposer des services de plus en plus comparables à ceux proposés par les acteurs du secteur privé car c'est à ce secteur que les utilisateurs se réfèrent le plus souvent.

Il convient alors de rassembler et d'associer les forces en présence : acteurs locaux, grand public, entrepreneurs, universitaires, etc. La population locale demeurant le meilleur canal d'une communication de territoire, premiers ambassadeurs pour porter la vision du territoire auprès des visiteurs.

On observe aussi que le fait pour une ville, de porter sa candidature à l'accueil d'un grand évènement sportif ou d'organiser une grande manifestation culturelle, a pour effet d'engendrer et de stimuler un dynamisme au sein de la population, rétablissant un sentiment d'appartenance et de fierté souvent perdu. En cela, réside déjà une grande réussite du projet territorial, celui de recréer de l'identité.

L'un des facteurs clés du succès du marketing territorial réside dans la capacité des pouvoirs publics à mettre en mouvement l'ensemble des acteurs, à fédérer les partenaires sur un territoire au service du projet d'intérêt général. Cette mobilisation est à la fois une des conditions de réussite, voire en définitive, le but ultime recherché.

Les porteurs de projets s'accordent à dire que rien ne peut être réalisé sans l'adhésion des publics, des partenaires et de la population. Les questions de la construction (reconstruction) et de l'identité au sens « d'être fier de ce que l'on est » sont inséparables. Et dans une certaine mesure, elles trouvent aussi leur place dans l'affirmation urbanistique et architecturale⁷⁶.

À Lyon, le travail réalisé autour de la Fête des lumières par exemple, illustre parfaitement le fait qu'un grand évènement participe à créer une image valorisante de la ville et peut agir comme un véritable catalyseur urbain qui participe à l'animation, à la transformation d'un quartier.

Selon Lynch, il faudrait apprendre aux habitants à regarder leur ville par des promenades ; l'embellissement lui-même rend les habitants plus attentifs et les pousse à agir sur leur monde⁷⁷.

2) Réhabiliter les friches industrielles, réinvestir les quartiers défavorisés

En étendant son espace d'activité vers la zone industrielle, le port a laissé d'importantes zones désertes, bassins, entrepôts, quais et autres bâtiments et structures industrielles. Ces sites fantômes ont eux aussi contribué à la fabrication du sentiment d'une ville à l'abandon, du moins pour certains quartiers du centre, en bord de mer ou en périphérie.

⁷⁶ Benoît MEYRONIN, Marketing territorial, Enjeux et pratiques, éd. Vuibert, 3e édition, 2015, p. 88

⁷⁷ Kevin LYNCH, L'Image de la cité, 1969, p. 135

Ainsi, la recherche d'espace foncier a poussé pouvoirs publics et promoteurs immobiliers à faire preuve d'imagination afin d'occuper ces lieux laissés vacants.

C'est le cas de San Francisco, où une vague de reconquête des friches industrielles et portuaires s'est développé à partir des années 80. Les exemples de la réhabilitation du waterfront et du quartier de SOMA, sont des réussites qui depuis, ont fait école⁷⁸. C'est en effet, une logique de réappropriation de l'espace privé qui a donné naissance à une nouvelle économie, souvent en accord avec son temps. Ainsi, tandis que d'anciens ateliers devenaient de véritables pépinières d'entreprises, permettant notamment à la nouvelle économie numérique de trouver des locaux adaptés au développement d'une activité essentiellement tertiaire, les anciens entrepôts « *piers* », se transformaient pour accueillir de nouvelles activités liées au divertissement et loisirs : restaurants, galeries, musées aquariophiles, etc.

Dans le cas havrais, ces nombreux espaces offrent des volumes pouvant accueillir des complexes d'activités de taille importante. De plus, ces friches laissées à l'abandon depuis les années 90 uniquement étaient pour la plupart en très bon état et leur situation géographique sur les axes d'entrée de ville les rendaient facilement exploitables. C'est ainsi qu'une première salle de sport et spectacle Docks Océane ouvrait ses portes en 2000, bientôt suivi d'un hall d'exposition, puis du centre commercial des Docks Vauban et le Centre des congrès inauguré en 2016. Toutes ces nouvelles structures ont permis d'offrir à la ville des équipements à la hauteur de ses ambitions, lui permettant ainsi d'accueillir des salons professionnels ou bien des spectacles de rayonnement national.

La problématique du logement a aussi été prise en compte puisque de nombreux logements accessibles ont été créés dans ces quartiers au sud de la ville. La mixité sociale étant pleinement assurée puisqu'on y trouve aussi l'emblématique cité « A dock » de l'architecte Alberto CATTANI, qui peut accueillir 26 jeunes dans des containers transformés en confortables chambres d'étudiants.

Il reste encore de nombreux espaces à investir dans la ville. Les projets se multiplient, qui visent à donner et à imaginer de nouvelles affectations à ces lieux à l'abandon. Ces initiatives gagnerait aussi à provenir des habitants, dans une logique de « place making », concept emprunté au courant américain développé dans des villes comme Detroit ou Boston, où

⁷⁸ Marilyne GAUDETTE, étudiante et chercheure et Sylvain LEFEBVRE, professeur à l'Université du Québec à Montréal (UQAM), Quel avenir pour le waterfront de San Francisco ? État des lieux, in Urbanisme n° 401, été 2016

dans une recherche de création d'échange et de convivialité, les populations ont mis en œuvre des initiatives collectives telles que la réalisation de jardins en toiture.

C. Préconisations communicationnelles

1) Susciter l'envie de découvrir Le Havre

Les journalistes sont des ambassadeurs précieux pour communiquer sur la ville. La direction de la Communication l'a bien compris et a décidé de d'accueillir ces hôtes avec les meilleurs égards. Ainsi donc, un dossier de presse « prestige »⁷⁹ a été élaboré à leur intention afin qu'il leur soit remis dès leur arrivée pour le grand weekend d'ouverture des cérémonies le 27 mai dernier.

Le document de 24 pages, entièrement réalisé en interne, comporte toutes les informations nécessaires pour faciliter le séjour et s'assurer que les hôtes ne manqueraient aucun des événements proposés. Il contient un éditorial du Maire, un court historique de la ville et quelques lignes vantant ses atouts. Une carte permet de se repérer dans la ville et de suivre les quatre parcours culturels et artistiques qui permettent de découvrir à la fois les œuvres d'art exposées et les différents quartiers.

Un jeu de 12 photos polaroids⁸⁰ magnifiant les œuvres, complète le document ainsi qu'un programme des festivités.

Avec la création de ce document à l'attention toute particulière de la presse, - objet qualitatif, de ceux que l'on conserve précieusement en souvenir d'un séjour agréable – la ville compte à la fois, marquer les esprits et jouer sur l'effet viral qui permettra aux professionnels de diffuser une image positive du Havre.

L'outil vient compléter la liste des moyens mis en œuvre pour faire découvrir la ville. De nombreuses vidéos, pour la plupart, des prises de vues aériennes par drones, magnifiant la ville, ont ainsi été mises en circulation sur les réseaux sociaux. Chacun des grands

⁷⁹ Cf. Annexe 24 : Dossier de presse « Prestige » destiné à la presse et Annexe 26 : les polaroids des œuvres.

⁸⁰ Cf. Annexe 25

évènements des festivités a été précédé d'une conférence de presse parisienne, devant un parterre de professionnels, acteurs économiques et institutionnels, susceptibles de venir la découvrir et y investir. Une forte émulation s'est créée autour de la ville durant cette période estivale, créant une base sur laquelle les acteurs publics locaux espèrent capitaliser durant les mois à venir.

Aujourd'hui, il apparaît que ce caractère prestigieux et d'exception semble devoir habiter la ville elle-même. En effet, fruit des nombreux aménagements urbains réalisés au fil des années et qui l'ont transformé, la ville propose aujourd'hui un visage accueillant. Elle met en avant ses particularités notamment en tant que ville nautique. Elle a réinvesti ses quartiers sud et les bassins qui ont accueillis deux évènements nautiques majeurs « Les Grandes Voiles » et « Transat Jacques Vabre » la course transatlantique qui conclut les festivités, dans un environnement architectural entièrement rénové et équipé. Le site étant harmonieusement bordé par les anciens entrepôts portuaires des « Docks » devenus centre commercial, le tout nouveau centre des congrès à l'architecture contemporaine aussi réalisé dans d'anciens entrepôts et la spectaculaire piscine des Bains des Docks de Jean Nouvel. Les villages nautiques ont accueilli les visiteurs dans un décorum chaleureux et soigné, complété par la présence de food-trucks, bars, restaurants et des animations musicales nocturnes, afin de profiter d'un site nautique de qualité où visiteurs, skippers et autres professionnels de la voile peuvent se côtoyer dans un cadre agréable... à des lieues d'un temps pas si éloigné et où une simple tente plastique blanc faisait office d'espace d'accueil de la Transat.

2) Favoriser la réappropriation de la ville

A l'occasion des festivités du cinq-centenaire de la ville, deux types d'œuvres avaient été commandées aux artistes par l'organisateur pour habiller l'espace urbain. Certaines pérennes, comme « Impact », le jet d'eau de Stéphane Thidet, ou les « Jardins Fantômes » de Baptiste Debombourg. D'autres, éphémères comme « La Catène de containers » de Vincent Ganivet ou « UP#3 » du couple d'artistes Lang & Baumann ou encore « Couleurs sur la plage », de Karel Martens, œuvre qui consiste en une colorisation de cabanes traditionnellement peintes en blanc de la plage, d'après une formule algorithmique inspirée du décret de François 1^{er} fondant la ville. Cette dernière révèle à elle seule, l'accueil très

positif des Havrais au projet, puisque plusieurs centaines de propriétaires de cabanons de plage avaient donné leur accord pour la mise en peinture de leurs biens.

L'effet d'adhésion n'a pas tardé puisque qu'avant la fin de l'installation de l'œuvre, des commentaires très favorables circulaient à propos des couleurs sur la plage. Des pétitions appelant à la pérennisation des œuvres ont rapidement vu le jour bientôt signées par des milliers de Havrais, enchantés par le nouveau rayonnement de leur ville. Le mouvement s'est amplifié durant tout l'été obligeant la collectivité, l'organisateur et les artistes à entamer de nouvelles négociations sur les modalités d'acquisition des œuvres. Ainsi, alors qu'elles étaient vouées à être démontées à la fin des manifestations, les deux installations emblématiques « la Catène de containers » et « UP#3 »⁸¹ ont finalement été acquises de manière définitive par la ville. La première, située dans le périmètre classé au patrimoine UNESCO, contribue à la magnification de la ville. Judicieusement installée à l'extrémité de la rue de Paris⁸², elle devrait bientôt contribuer à la revitalisation de cet axe économique important pour la ville. Véritable icône, elle est aussi en passe de devenir le nouvel emblème de la ville, reconnu à l'international. Si des études techniques ont démontré que les deux arches ne nécessitaient pas de travaux complémentaires pour assurer leur pérennité sur leur emplacement actuel, en revanche, « UP #3 » dont l'installation avait déjà connu quelques difficultés (l'œuvre posée sur la plage devait initialement être « accrochée » en façade d'un immeuble Perret face au front de mer, sorte d'excroissance architecturale), a été réalisée avec des matériaux éphémères (contreplaqué peint sur structure métallique). Elle sera donc entièrement reconstruite en pierre et en béton.

Au-delà de l'aspect anecdotique il faut voir dans ces réactions du public, le début de l'écriture d'une nouvelle histoire entre la ville et ses habitants. Cette volonté populaire de pérenniser les œuvres des 500 ans c'est aussi d'une certaine manière l'écriture du roman de la ville qui se poursuit ; un « story telling » populaire et artistique, à la fois urbain et contemporain. Les habitants sont associés et participent à une phase importante de la renaissance de leur ville, étape qui avait cruellement manqué à l'époque de la reconstruction.

⁸¹ Cf. Annexe 25

⁸² Cf. Annexe 24 (*plan des œuvres dans la ville*)

L'appropriation est particulièrement importante car la politique d'attractivité ne peut s'adresser aux seuls publics extérieurs. Ce serait commettre une nouvelle erreur que de concentrer toute la dynamique de développement sur l'apport de compétences externes, aussi brillantes soient-elles, mais en négligeant les richesses locales. Elles sont les racines indispensables à l'ancrage de l'identité du territoire, même si elles ont besoin parfois de l'adjonction de qualités exogènes pour mieux se révéler.

3) Mettre en avant sa politique d'excellence

L'architecture fait donc partie du langage qui permet aux villes d'afficher leurs ambitions, leur audace et leur dynamisme. Elle permet aussi de concrétiser les projets de la communauté en démontrant ainsi sa capacité à investir de l'argent, à fédérer les acteurs locaux, et à en attirer de nouveaux.

Avec le projet de création d'un plan campus, c'est toute la politique en faveur des étudiants que la communauté d'agglomération veut revisiter. Ce plan a pour but de rassembler toutes les écoles d'enseignement supérieur du bassin sur un unique site géographique où se mêlent les anciens bassins industriels aux aménagements paysagers modernes et les architectures novatrices des nouveaux centres d'enseignement. Le véritable enjeu réside dans la capacité pour la ville à dynamiser la vie étudiante, attirer de jeunes talents et maintenir ceux qui sont présents, tout en leur permettant de prendre une part active au développement de l'économie locale. Le développement d'un pôle de compétitivité innovant et performant (politique des clusters) rend cela possible aujourd'hui. Les collectivités de l'agglomération havraise ont récemment investis dans la création de pépinières d'entreprises, d'un FabLab, et mènent des actions en faveur de l'éclosion de startups, etc.

L'expertise pour une ville portuaire et industrielle passe nécessairement par ses spécificités et ses métiers spécialisés. Ainsi, l'activité de croisière de tourisme qui a fait les heures de gloire du passé redevient un enjeu majeur du développement de la ville. Les pouvoirs publics locaux ont choisi de réinvestir ce secteur afin d'en faire un atout majeur, principal pôle d'investissement pour les années à venir. Il s'agit de faire à nouveau du Havre un port de croisière international incontournable, en mettant en avant son savoir-faire, son port en eaux profondes dans un site privilégié. Un nouveau terminal d'accueil va être réalisé afin

d'accueillir les touristes dans des conditions optimum et faire de ce lieu un point de départ d'exception pour les croisières vers le large, mais aussi pour le tourisme intérieur. Enfin, le projet de création de la voie ferrée qui placerait Paris à 1h15 du Havre viendra compléter cette offre.

Un travail important reste donc à réaliser afin d'exploiter toutes les possibilités que permettrait une nouvelle interface smart-ville-port et tirer avantage de la puissance économique potentiellement contenue au sein de la ville et du port.

Sur le plan de l'industrie, le projet éolien doit encore prendre forme. Il permettra de doter la ville d'une spécialisation dans la fabrication d'éoliennes et l'installation de fermes d'éoliennes en mer. Le projet fait actuellement l'objet de tractations entre acteurs économiques et pouvoirs politiques.

4) Enseigner la lecture architecturale et favoriser la réappropriation de la ville

La réappropriation de la ville par ses habitants passe par un long travail de valorisation du patrimoine construit et par la pédagogie. La ville l'a compris et dès 2001, avec l'obtention du label Ville d'Art et d'Histoire, elle s'est engagée dans cette démarche d'accompagnement et d'interprétation de son patrimoine architectural en proposant aux Havrais et aux visiteurs des conférences, expositions, visites et autres actions de médiation, permettant aux profanes de la découvrir, redécouvrir et d'apprendre à la lire.

On notera en particulier, l'opération immobilière qui a permis à la Ville d'acquérir un appartement Perret dans le but de constituer un appartement-témoin, véritable « musée vivant », reconstitution de l'habitat moderne des années 50. Ouvert au public depuis 2006, il témoigne non seulement de l'ingéniosité de ses concepteurs qui a prédominé durant la période de la reconstruction d'après-guerre mais aussi d'une modernité certaine, invitant à une meilleure compréhension et se faisant, une meilleure acceptation du projet global de la ville reconstruite. L'appartement remporte, plus de dix ans après son ouverture, un véritable succès auprès des habitants et des touristes, succès régulièrement renouvelé à l'occasion des Journées européennes du Patrimoine.

Cet investissement traduit l'importance accordée par la ville à son projet d'ouverture et de reconquête de l'intérêt des habitants. En donnant ainsi les clés de lectures, elle permet de

susciter de l'intérêt autour d'un sujet resté longtemps sensible, tout en levant l'ambiguïté sur les interprétations qui pouvaient être faites dans le discours autour de ce concept architectural, et la manière de « vivre » le Havre.

Parlant toujours sur l'avenir, la ville continue d'innover en enrichissant son offre dans cette problématique. Depuis cette année, elle propose une visite virtuelle de l'appartement-témoin à l'aide de lunettes 3D. Elle a aussi installé dans l'espace public un système de périscope novateur intitulé « Timescope », bornes gyroscopiques permettant au passant de s'immerger – grâce au principe de la réalité augmentée - dans le passé ou bien le futur du périmètre immédiat du quartier qui l'entoure. Des visites sont également proposées aux jeunes pour découvrir 150 ans d'histoire d'architecture des écoles.

Ces opérations traduisent combien le « faire comprendre » pour apprendre à apprécier et à mieux préserver la ville est une démarche qui s'inscrit aujourd'hui au cœur de la mission de la collectivité.

5) Plan de communication

Au fil de notre travail de recherche pour ce mémoire, nous avons pu observer que de nombreuses actions de valorisation de la ville avaient déjà été entreprises par les municipalités successives. Une des plus importantes étant certainement l'inscription du centre reconstruit sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO en 2005. C'est événement est le point de départ avec lequel la collectivité a entamé une nouvelle phase d'interprétation de sa ville. L'enseignement des particularités a ouvert la voie à de nouveaux centres d'intérêt, dont l'appartement témoin qui est devenu ainsi le point de départ incontournable pour celui qui souhaite appréhender la ville.

Ce travail de pédagogie reste aujourd'hui la pierre angulaire de toute la stratégie communicationnelle autour de la ville. Il donne la clé de lecture pour comprendre la ville afin de pouvoir la comprendre et l'apprécier. L'expérience a démontré que l'on pouvait vivre le lieu mais qu'on ne commençait à l'apprécier véritablement que lorsque l'on était en possession des clés de lectures pour déchiffrer ses codes historiques, architecturaux et d'urbanisme.

Ainsi, c'est dans le prolongement de cette approche culturelle que nous avons imaginé deux projets dont la faisabilité reste à étudier mais qui paraissent à la fois réalistes et en adéquation avec les atouts de la ville et les attentes potentielles des visiteurs.

S'appuyant donc sur l'importante réserve de terrains d'expression, - la ville possède beaucoup d'espaces fonciers non exploités - et sur la place à conquérir par l'art contemporain dans une cité encore marquée par son passé industriel, la première proposition consiste à créer **une biennale internationale d'Art contemporain et d'architecture.**

Ce rendez-vous à dimension nationale et internationale, permettrait d'occuper l'espace public de la ville qui a déjà démontré sa capacité à accueillir des événements et des installations monumentales. Ses grandes places, avenues, bassins, entrepôts et quais offrant un décor unique, indoor et outdoor pour permettre l'expression des projets les plus audacieux.

La situation géographique de la ville est un atout puisqu'elle permettrait dans un rayon de 200 km, d'attirer des publics constitués des visiteurs des sites touristiques forts que sont Honfleur, Deauville et Étretat, mais aussi les publics de Caen et de Rouen, y compris de l'ouest parisien.

Les possibilités de déploiement d'un tel projet et ses retombées pour l'ensemble des secteurs économiques du tourisme, du transport, de la restauration et bien d'autres encore, pourrait en faire un véritable catalyseur pour les Havrais, mais aussi pour l'image de la ville.

Le second projet est la création **d'un terminal d'accueil des croisières** doté d'une signature architecturale forte pour accueillir des croisières de prestige en tête de ligne. Ce projet possède une réalité puisqu'il fait l'objet d'études actuelles au sein de l'équipe chargée de l'attractivité sur le territoire, en lien avec l'Office de tourisme, le Port et la CCI. Il serait une porte majeure du tourisme en France capable de soutenir la concurrence de grandes destinations comme Barcelone, etc.

Conclusion partielle *(troisième partie)*

Il est encore trop tôt pour prendre la mesure de toutes retombées liées aux festivités qui viennent de prendre fin. Il sera nécessaire de prendre du recul pour en apprécier les

conséquences mais il est certain que la collectivité devra encore démontrer sa capacité à actionner les bons leviers pour exploiter ces retombées et en tirer le meilleur parti pour son image qui reste encore à affirmer. Il lui reste encore à élaborer les stratégies qui viseront par exemple à maximiser les dépenses des visiteurs et s'assurer d'une visibilité importante dans la production d'images télévisées ou de cinéma et films de promotion du territoire. Tous ces projets devront être intégrés au sein d'un processus de transformation déjà amorcé pour le bénéfice de la transformation globale de la ville.

Pour exister aujourd'hui, une ville ne doit pas seulement être pratique. Elle ne peut avoir comme seul objectif l'agrément de son d'un cadre de vie ou la présence de services de qualité. Elle doit aussi vivre sur le plan de l'image et des médias. Elle doit suivre et même « surfer » sur les tendances contemporaines (Smart city, French Tech, etc.), produire ses propres images et occuper l'espace médiatique. Elle doit encore exister à travers des événements plastiques (festivals) ou des performances artistiques. C'est en sa qualité de bâtisseur de l'espace, dans cette forme de mise en musique, que l'architecte devient alors le nouveau chef d'orchestre de la ville.

Quelle qu'en soit la forme et la mise en place, ce plan de communication devra s'efforcer de suivre quelques principes que nous énonçons ici :

➤ Quelles sont les cibles auxquelles on souhaite s'adresser ?

On a pu constater que des moyens importants sont engagés dans une communication à l'adresse des publics liés aux domaines du tourisme et de l'entreprise, il conviendra de ne pas négliger les populations locales afin qu'elles n'aient pas le sentiment d'une ville qui se développe uniquement en regardant vers l'extérieur.

➤ Quels sont les messages que l'on veut faire passer ?

La cohérence du message est quelque chose de primordial. La ville ne pouvant espérer vendre ce qu'elle n'est pas. Il faudra s'attacher à refléter son identité réelle voire la sublimer, mais sans nier ce qu'elle est.

Il ne faudra pas s'appuyer sur une politique de communication seulement mais aussi mettre en place des actions et projets concrets. La ville ne doit pas non plus sous-estimer ses

problèmes sociaux ou d'infrastructure et d'équipements, pour cela l'amélioration de son cadre de vie et de sa vie sociale doit se poursuivre.

Les populations, les associations, les commerçants et les entrepreneurs doivent être associés aux projets de l'équipe municipale. Si la municipalité agit seule, son action aura moins d'impact car cela risque d'être pris uniquement pour de la communication.

Elle veillera aussi, dans sa communication, à être représentée dans les grandes manifestations nationales tout en veillant à s'appuyer sur son identité.

Conclusion de mémoire

Ce travail de recherche nous a permis de nuancer nos trois hypothèses que nous synthétiserons ainsi :

- 1) La matérialité du centre reconstruit a réellement eu un impact négatif et durable sur l'image de la ville, sa perception par ses habitants et sur son développement économique. Mais le travail important accompli au cours des 30 dernières années a permis aux Havrais de se réapproprier leur ville aujourd'hui et de renouer avec le sentiment de fierté indispensable et synonyme de bien-être et de l'envie de se projeter dans l'avenir. Vincent Duteurtre, architecte, directeur des Bâtiments à la Ville du Havre, qui a porté le dossier de candidature au classement de l'UNESCO, indique : « C'est comme si une parenthèse de 50 ans était en train de se refermer. »
- 2) L'architecture emblématique est une des forces qui caractérise cette ville normande. Elle doit poursuivre cette démarche distinctive et continuer de s'appuyer sur cette image sans négliger pour autant les autres quartiers et leurs populations. Il s'agit d'éviter de reproduire le phénomène de gentrification qu'on connut certains quartiers rénovés de Londres ou Paris, qui ne permettent plus aujourd'hui aux classes sociales moyennes de se loger, et s'adressent plutôt à une élite sociale.
- 3) Le rassemblement des Havrais autour des grands événements de la ville est une occasion formidable pour fédérer les publics autour de la question du renouvellement de son image et de son développement. Les habitants doivent être associés à ces projets. Ils pourront être régulièrement sollicités pour parler de leur

ville et dire combien ils en sont fiers, devenir des ambassadeurs ici et à l'extérieur pour convaincre les sceptiques et participer à la réussite des projets à restant à construire.

À l'heure de tirer un bilan global de ce travail de recherche, nous tenons à mettre l'accent sur un élément qui nous avait échappé et que nous n'avions pas pris en compte au moment de la formulation de la problématique. Il s'est progressivement imposé à nous, notamment lors de l'entretien avec Ludivine Bayon (voir retranscription d'entretien n° 3), et repose sur le fait que le travail accompli sur l'évolution de l'image de la ville du Havre n'est pas quelque chose de nouveau. Les pouvoirs publics n'ont pas attendu le développement des outils de marketing territorial pour se pencher sur la problématique. Nos recherches ont démontré que dès les années 80, probablement à la faveur des effets des premières lois de décentralisation qui ont libéré la prise d'initiative locale, la collectivité a pris conscience qu'un important travail devait être réalisé pour changer l'image de la ville. Le fil de l'histoire se réalise comme si les élus locaux, qui avaient dû subir la pression de l'État au temps de la reconstruction, n'avaient jamais renoncé à faire valoir leurs propres idées pour la ville, et que des décennies plus tard, le pouvoir local se réapproprie à nouveau la ville. Ceci nous indique que le temps de l'homme ne se lit pas à la même échelle que le temps de la ville. Si les 70 années qui nous séparent des bombardements qui ont ravagé la ville nous paraissent bien longues, ce temps est en réalité très court comparé aux 500 années écoulées depuis sa création.

C'est à cette lecture que l'on apprécie véritablement le travail accompli pour valoriser le centre reconstruit. Les efforts réalisés pour en faire un patrimoine contemporain et la pédagogie mise en place permettent aux Havrais de se réconcilier avec leur ville.

Cependant, et les principaux acteurs en sont conscients, la reconstruction de cette nouvelle image reste fragile. Les choses ne sont pas définitivement acquises, et les idées préconçues résistent. Il faut poursuivre le travail de pédagogie auprès des publics pour entretenir une perception qui ne va pas de soi de premier abord.

Ceci nous interpelle sur le concept de l'image perçue. N'est-ce pas une étape dans la construction vers un bien-vivre au Havre, véritable garant d'une attractivité durable de la ville ?

Nous terminerons avec cette réflexion de Chantal André : « La volonté de montrer que « Chez nous, c'est pas bidon »⁸³ procède, pour les habitants de certaines villes, d'un besoin légitime de reconnaissance et d'estime, besoin d'estime qui est selon Maslow correspond à un besoin fondamental pour l'individu à côté des besoins physiologiques, du besoin de sécurité, du besoin d'appartenance et du besoin de s'accomplir.

Si changer l'image est indispensable pour « séduire » l'environnement externe et obtenir des financements, cette politique représente aussi un enjeu pour les habitants. L'image que les habitants ont de leur situation dépend en grande partie de l'image que les autres leur renvoient. »

⁸³ Slogan de la campagne nationale de sensibilisation à l'action de la CNDSQ en faveur des habitants des quartiers défavorisés menée en février-mars 1986 par la commission Nationale de Développement Social des Quartiers.

Bibliographie

Lectures scientifiques

- ❖ ANDRÉ (Chantal). - *Changer l'image d'une ville*. - in Politiques et management public. – 1987, volume 5, n°4.
- ❖ AUGUSTIN (Jean-Pierre). - *Un nouveau rapport au monde*. - Villes et culture, in Jean-Pierre Augustin, Lieux culturels et contextes de villes, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 1998, 212 p., p. 9-2.
- ❖ BAILLY (Jean). - *La perception de l'espace urbain*, Paris, Centre de Recherche d'Urbanisme, 1977.
- ❖ BLANC (Nathalie), LOLIVE (Jacques). - *La part esthétique de la ville*. - in Cosmopolitiques n°7, août 2004.
- ❖ CHAMARD (Camille). - *Le marketing territorial : comment développer l'attractivité et l'hospitalité des territoires ?* - éd. De Boeck Supérieur. – 2014. - 203 p.
- ❖ DAVALLON (Jean), *Le Don du patrimoine : Une approche communicationnelle de la patrimonialisation*. In : Culture & Musées, n°9, 2007. pp. 169-171.
- ❖ JACONO (Guillaume), ARNOULD (Paul). - *Le Havre, paysage urbain et patrimoine entre béton, discours et images*. - in Cahiers de la Méditerranée, n°60, 1 , 2000. Tome II [Actes du colloque de Grasse, décembre 1998] pp. 109-131.
- ❖ LEDRUT (Raymond). - *Les images de la ville*. - éd. Anthropos, 1973.
- ❖ LYNCH (Kévin). - *L'image de la cité*. - Paris, Dunod, 1969, traduction Marie-Françoise Vénard et Jean-Louis Vénard, 1999.
- ❖ NORA (Pierre). - *Les lieux de mémoires*. - in Romantisme.- 1989, n°63.
- ❖ ORILLARD (Clément). - *Contrôler l'image de la ville*. - Labyrinthe 15, 2003.

- ❖ TORNATORE (Jean-Louis). - *L'esprit de patrimoine*, Terrain, n° 55, 2010, pp. 106-127.
- ❖ ABRAM (Joseph), 1997-1998. Un patrimoine architectural et urbain exceptionnel. Les grandes opérations de la reconstruction du Havre, Faces, n° 42-43, p. 10-15.

Lectures professionnelles

- ❖ ALBERT (Marie-Douce). - *Aménager la ville, c'est du grand art*. - in Le Moniteur des travaux publics et du bâtiment. - n° 5929, du 07/07/2017, p. 76-81
- ❖ CHAUVIN (Elisabeth), GENCEY (Pierre). - *Le paysage et les détails dans une ville moderne – Deux échelles complémentaires pour concilier mémoire et dynamique urbaine au Havre*, in Protection des monuments et développement urbain.
- ❖ FABRY (Nathalie). - *Clusters de tourisme, compétitivité des acteurs et attractivités des territoires*. - in Revue internationale d'intelligence économique 2009/1 (Vol. 1).
- ❖ GRAVARI-BARBAS (Maria), RENARD (Cécile). - *Une patrimonialisation sans réappropriation ? Le cas de l'architecture de la reconstruction au Havre, 2010 – Revue Norois n° 2010/4 (n°217), P. 57-73*
- ❖ MARIOLLE (Béatrice), BRES (Antoine). - *L'architecte et la ville, à plusieurs voix sur Rem Koolhaas*, revue Mouvements, 3, n° 39-40, p. 182-189 2005,
- ❖ MEYRONIN (Benoît). - *Marketing territorial, Enjeux et pratiques*. - éd. Vuibert. - 3^e édition. - 2015
- ❖ POIROT (Jaques), GÉRARDIN (Hubert). - *L'attractivité des territoires : un concept multidimensionnel*, Mondes en développement 2010/1 (n°149).
- ❖ SOUCY (Claude). - *Contributions à une sociologie des centres urbains. Reconstruction et développement. Les centres de Caen et du Havre*. Paris : Centre de sociologie urbaine, publications de recherches urbaines, 1970.
- ❖ Un monde de villes - Observateur – OCDE 2006.

- ❖ (CHOAY) Françoise, (PAOLI) Michel. - in *Alberti, architecte, humaniste*. - Collection d'Art En Question, éd. École Nationale des Beaux-Arts, janvier 2007, 285 p.

Sites internet mobilisés

- ❖ Site internet : www.unescolehavre.fr
- ❖ Site internet : www.uneteauhavre2017.fr
- ❖ Site internet : lehavretourisme.com

Annexes

Annexe 1.

Les ruines du Havre - Hiver 1944-1945 Crédits photo : Rue des Archives-Tallandier



Annexe 2.



Claude Monet, *Impression, soleil levant*, 1872, Huile sur toile, 50 x 65 cm, Paris, musée Marmottan Monet, don Victorine et Eugène Donop de Monchy, 1940, © Bridgeman Images

Annexe 3.

Classement INSEE par taille des communes les plus peuplées de France. Références INSEE, parue le 1er mars 2016. Chiffres arrêtés au 1er janvier 2015

Rang	Commune	Population municipale 2013
1	Paris	2 229 621
2	Marseille	855 393
3	Lyon	500 715
4	Toulouse	458 298
5	Nice	342 295
6	Nantes	292 718
7	Strasbourg	275 718
8	Montpellier	272 084
9	Bordeaux	243 626
10	Lille	231 491
11	Rennes	211 373
12	Reims	182 592
13	Le Havre	172 074
14	Saint-Étienne	172 023

Annexe 4.

Maquette de la Porte Océane



Annexe 5.

Images extraites du film « Quai des brumes » de Marcel Carné, 1938



Annexe 6.

La reconstruction du centre-ville en 1952



Annexe 7.

Vues contemporaines du centre reconstruit



Annexe 8.

Réhabilitation des façades, dans le cadre de la ZPPAUP. (Crédits photos : service Urbanisme, Ville du Havre.)

Exemple 1 (avant – après)



Exemple 2 (avant – après)



Annexe 9.

Le musée d'Art Moderne André Malraux, 1961. Architectes : Guy Lagneau, Jean Dimitrijevic, Michel Weill



Annexe 10.

Passerelle François Le Chevalier, 1969. Architecte : Guillaume Gillet



Réalisée en 1969, la passerelle Le Chevalier a l'allure industrielle et contemporaine des années 1970. Elle a été primée lors de la 1^{ère} édition du Concours des plus beaux ouvrages métalliques en 1972.

Annexe 11.

Le Volcan – scène national, 1982. Architecte : Oscar Niemeyer



Le Volcan est une des plus importantes scènes nationales en France , lieu de diffusion artistique de référence dans le domaine du théâtre, des musiques, de la danse, du cirque, des nouvelles esthétiques, et des arts numériques. Son gabarit et son emplacement, en continuité du bassin du commerce, en font un lieu emblématique et participant à l'une des perspectives majeures de la ville.

Annexe 12.

La Bibliothèque universitaire, 2006. Architectes : René et Phine-Week Dottelonde.



Alors que la façade extérieure propose une trame de poteaux en béton revêtus de plaquettes de parement de briques afin d'ancrer le bâtiment au campus existant, l'intérieur est une véritable surprise architecturale révélant un monde de courbes vertigineuses. L'escalier hélicoïdal qui distribue chacun des 3 niveaux, est une pièce maîtresse formidablement ajustée aux courbes de l'atrium. Il a été bâti en béton coulé sur place à partir de coffrages de bois utilisés successivement depuis le rez-de-chaussée jusqu'au 3^e étage. L'emprunter permet un vrai voyage à l'intérieur de l'architecture avec des angles de vues très travaillés.

Annexe 13.

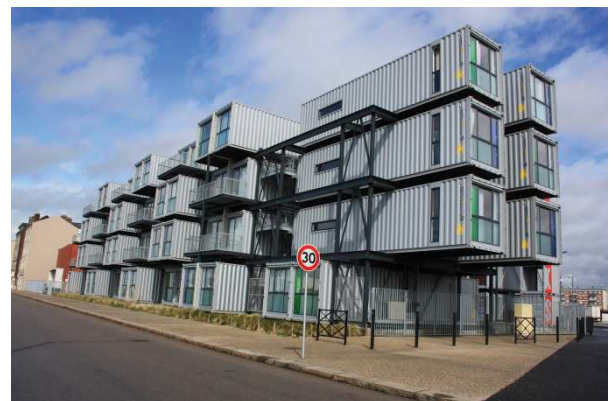


La piscine des Bains des Docks, (2008). Architecte : Jean Nouvel

Complexe aquatique conçu par les ateliers de l'architecte Jean Nouvel (Mirco Tardio, Julie Fernandez & Felix Medina), a été inauguré en 2008. Le chantier durera deux ans, pour un montant total de 22,4 millions d'euros.

Annexe 14.

La résidence « A dock » (2010) d'Alberto CATTANI.



Située dans un quartier rénové, en lisière de la ville et son port, la résidence A Docks offre aux étudiants cent studios de 25m² chacun réalisés dans des conteneurs aménagés et installés sur une structure métallique. Ils comprennent chacun une chambre, une cuisine et une salle de bain.

Annexe 15.

Le stade Océane (2012), signé des architectes Luc Delamain et Maxime Barbier de l'agence SCAU.



Annexe 16.

L'École Nationale Supérieure Maritime, ENSM (2015). Architectes : Pacôme Bommier et Laurent Pérusat, architectes chez AIA Associés.



« Nous voulions créer un bâtiment très ancré dans le contexte, avec la ville d'un côté et le port de l'autre et qui rend compte de l'esprit de la mer. » indiquent les deux architectes. Véritable vaisseau urbain, à l'apparence d'une enveloppe pure et abstraite, et à la silhouette puissante et énigmatique, le navire-école est recouvert d'une peau monochrome métallique, aux reflets changeant suivants les saisons, les heures de la journée et les variations climatiques, qui en font un organisme marin et urbain vivant.

Annexe 17.

Le Centre des Congrès et Parc des Expositions. Carré des Docks (2016). Architectes : Paul Andreu et Thomas Richez.



Le projet de restructuration des anciens Docks Café a offert une belle opportunité de construire ce nouvel équipement qui pourra accueillir tantôt des salons ou grandes expositions ou des grands spectacles, concerts. Il est équipé d'une grande



salle plénière de 2100 places et d'une pluralité d'espaces complémentaires. L'ancienne partie parc des expositions qui s'étend sur 8000m² a été réhabilitée et profite d'un nouvel aménagement permettant d'accueillir plusieurs manifestations simultanément.

Annexe 18.

L'École de Management de Normandie (EMN) et la Cité Numérique hôtel d'entreprises (projet pour 2019).



Situé dans les quartiers sud qui symbolisent l'image de renouveau et de modernité de l'agglomération, le nouveau bâtiment accueillera à la rentrée 2019, les nouveaux locataires des deux établissements en offrant des espaces adaptés aux besoins de développement de l'EMN, des étudiants du campus et des entreprises locales en favorisant les passerelles.

Annexe 19.

La Cité de la Mer, Odyssey 21. Architecte : Jean Nouvel. Projet abandonné en 2013.



Le Centre de la mer baptisé « Odyssey 21 » devait être doté d'une tour de 120 mètres de haut dessinée par l'architecte Jean Nouvel. Ce projet, esquissé dès 2002 puis longtemps repoussé, fut finalement annulé début 2013

Annexe 20.

Nombre de passagers et membres d'équipage entre 1995 et 2019					
Année	Nombre d'escales	Total PAX de l'escale	Moyenne par escale	Total CREW de l'escale	Moyenne par escale
1995	27	17 816	660	9 417	349
1996	35	26 612	760	14 837	424
1997	25	16 538	662	8 029	321
1998	35	29 799	851	14 372	411
1999	28	30 566	1092	14 048	502
2000	44	38 495	875	18 981	431
2001	71	62 559	881	31 381	442
2002	37	43 350	1172	19 011	514
2003	48	51 151	1066	24 775	516
2004	55	59 301	1078	27 799	505
2005	51	71 199	1396	32 057	629
2006	43	58 486	1360	26 332	612
2007	50	77 974	1559	34 236	685
2008	59	77 648	1316	36 687	622
2009	50	86 304	1726	36 843	737
2010	70	128 239	1832	50 795	726
2011	95	185 194	1949	69 665	733
2012	109	212 825	1953	79 858	733
2013	121	246 231	2035	82 178	679
2014	119	256 904	2159	86 168	724
2015	97	224 367	2313	79 601	821
2016	118	332 515	2818	108 914	923
2017*	142	400 156	2818	131 066	923
	150	422 700	2818	138 450	923
2018*	132	371 976	2818	121 836	923
	143	402 974	2818	131 989	923
2019*	31	87 358	2818	28 613	923

Source : Eric Baudet, directeur de la communication, Office de Tourisme de l'agglomération havraise.

Annexe 21.

L'ancien Maire du Havre, devenu Premier ministre, arborant les initiales de sa ville sur sa tenue de sport dans



un reportage diffusé en grande audience sur un média national.

Première diffusion dans l'émission « Sept à Huit » diffusée sur TF1 le 17 septembre 2017 à 19h33, durée 16'24''.

Annexe 22.



Défilé inaugural du 27 mai 2017, la « Magnifik Parade » rendant hommage à A. Perret.

Annexe 23.

Affiche Decaux 120 x 175, installée dans la ville à l'occasion de la délocalisation au Havre, de la « Matinale » de France Inter le 02 juin 2017.



Annexe 24.

Dossier de presse prestige à l'attention des journalistes et de la presse internationale. Format 15x21, 24 pages illustrées couleurs.



<p>6</p> <h3>UNE DESTINATION À CONNAÎTRE</h3> <ul style="list-style-type: none">◆ 175 599 habitants (1^{er} janvier 2017)◆ Une agglomération de 230 000 habitants et constituée de 17 communes◆ 727 ha d'espaces verts, soit 35 m² / habitant◆ Une plage de 2 km en centre-ville avec un front de mer aménagé et animé sur 30 000 m²◆ Une promenade littorale de 6 km◆ Un port de plaisance de 1 400 anneaux◆ 1^{er} port français pour le commerce extérieur◆ 1^{er} port de la façade Manche-Atlantique pour les croisières◆ 1^{re} ville en nombre de licenciés à la Fédération Française de Voile◆ 1 scène nationale, le Volcan◆ 1 Centre Chorégraphique National de Normandie : Le Phare◆ 1 stade ultramoderne de 25 000 places inauguré en 2012◆ 12 500 étudiants◆ Une zone d'emploi de 400 570 habitants en 2013. Plus de 135 000 emplois (2015) sur la zone d'emploi, dont 20 % dans l'industrie et 41,8 % dans le commerce, les transports et les services◆ 1 200 établissements sur la ZIP - Zone Industrielle Portuaire - du Havre, représentant 31 000 emplois (2015)◆ 1^{er} pôle pétrochimique français◆ 1^{er} port mondial pour le transport des vins et spiritueux◆ 1^{re} plateforme française pour l'import-export de véhicules neufs◆ Plus d'1 million de m² d'entrepôts logistiques◆ 35 km de quai et 21 portiques à Port 2000, un accès direct au port depuis la mer 24h/24 et 7 jours / 7 sans contrainte de marée◆ 600 ports reliés◆ 151 escales de navires de croisière programmées en 2017◆ 400 000 croisiéristes attendus en 2017	<p>7</p> <h3>4 PARCOURS DE VISITE : RÉVÉLER LA VILLE</h3> <p>« Elle est au bord du continent, juste avant de tomber dans la mer, avec de l'air et du ciel à en perdre le souffle et une lumière de studio qui surtigne toutes ses formes. C'est une ville qu'on n'attendait pas, plus grande que son corps, comme une maquette géante. C'est sans doute pour ça que Le Royal s'y trouve bien et qu'il y revient. La première fois que j'ai visité Le Havre j'ai pensé à Brasilia, à Chandigarh, à ces grandes capitales futuristes surdimensionnées soucieuses d'anticiper leur développement. Mais le plus troublant, c'étaient les résurgences classiques de l'architecture Perret qui disaient un désir d'avant-garde et la nostalgie du passé. Comme le titre d'une célèbre émission de radio, je la trouvais rétro-futuriste.</p> <p>L'objectif qu'on nous fixait, tout simplement, au-delà de fêter l'anniversaire de ses cinq cents ans, était de montrer à quel point cette ville était désirable et unique. Alors, nous avons choisi des créateurs capables de se mesurer à elle et de la révéler. Tous sont des artistes "physiques" qui prennent l'espace à bras le corps. Leurs œuvres vont impressionner mais j'espère surtout qu'elles agriront comme autant de stimulants à la créativité des Havrais et, pour les visiteurs, comme l'évidence du génie de cette ville.</p> <p>En quatre parcours, nous avons proposé une découverte subjective du Havre ponctuée d'installations monumentales dans l'espace public, mais aussi de visites d'expositions qui ont un rapport direct avec elle. Tout ce que le visiteur découvrira ici aura été inspiré par la ville, sauf Love Love de Julien Berthier, une fantaisie qui marche si bien dans le bassin Vauban, le seul caprice opposable à notre exigence de l'in-situ.</p> <p>Jamais nous n'avons oublié le principe que nous nous étions fixé de montrer la ville à travers des œuvres ou des événements artistiques, et non pas de montrer des œuvres installées gratuitement dans la ville. Certaines disparaîtront, d'autres resteront longtemps et rappelleront cette année particulière, notamment le Temps Suspendu, ce réceptacle de milliers de portraits des Havrais vivants à l'année 2017, bébés, adultes, enfants, adolescents, témoins fantomatiques de ce qui s'est passé alors, un événement à la fois festif, poétique et étrange. Nous avons, ici, travaillé avec beaucoup de personnes sensibles et cela va se sentir. Il faudrait que les visiteurs que nous allons attirer trouvent, dans leur voyage, un très grand plaisir, décèlent toute l'intelligence dont les artistes ont nourri leurs créations et la justesse qui a porté notre commande. »</p> <p>Jean Blaise Directeur artistique Un Été au Havre.</p>
---	---

LE HAVRE TEL QU' ON NE L'IMAGINE PAS

En juillet 2005, Le Havre obtient la reconnaissance suprême pour son centre reconstruit inscrit désormais par l'UNESCO sur la liste très sélective des sites figurant au Patrimoine mondial de l'humanité. Largement détruit par les bombardements de 1944, le centre-ville du Havre est l'objet après-guerre d'un grand chantier de reconstruction confié par l'État à Auguste PERRET, architecte de renommée mondiale. Cette distinction apporte une nouvelle dynamique, un nouveau regard sur Le Havre. Les particularités architecturales de la ville, longtemps décriées, sont désormais mises en lumière. À part le Mont-Saint-Michel, Le Havre est le seul site normand à avoir obtenu le label UNESCO.

DE L'EAU, DE LA LUMIÈRE ET DES CONTRASTES

Le Havre est un port maritime en eaux profondes, pouvant accueillir sans passage d'écluses les plus grands navires, quelle que soit la marée. Créés pour ces raisons au XVII^e siècle, le port et la ville ont toujours su s'adapter et suivre la course au gigantisme des navires du commerce et de passagers, saisir les fortunes du négoce du café, du coton, du chocolat, et résister aux revers. À deux heures de Paris, un décor atypique accueille les adeptes de la voile, entre porte-conteneurs, ferries et paquebots alignés dans la rade, avec les majestueuses falaises de la Côte d'Albâtre en toile de fond. Grâce au développement de ses infrastructures, Le Havre offre aux plaisanciers un plan d'eau singulier et surprenant. La voile sportive a toujours attiré les Havrais. Les premières régates se sont organisées dès la fin du XIX^e siècle, imitant les voisins anglais. Le doyen des clubs de voile d'Europe, la Société des Régates du Havre (SRH), a vu le jour dès 1838, et reste aujourd'hui un acteur incontournable dans le développement de la pratique de la voile et des loisirs nautiques en Baie de Seine.

Il n'y a pas que les skippers qui profitent d'un paysage balnéaire idéalement orienté. Le Havre est un « spot » particulièrement propice, selon la houle, à la pratique du windsurf, du kitesurf, du speed-sail, du body-board, du stand-up paddle, du skimboard, du surf, du wakeboard, de l'aviron... Des activités auxquelles des visiteurs novices peuvent s'initier, que ce soit grâce à l'offre des clubs nautiques, ou, durant la saison estivale, en se rendant au Point plage de la Ville du Havre.

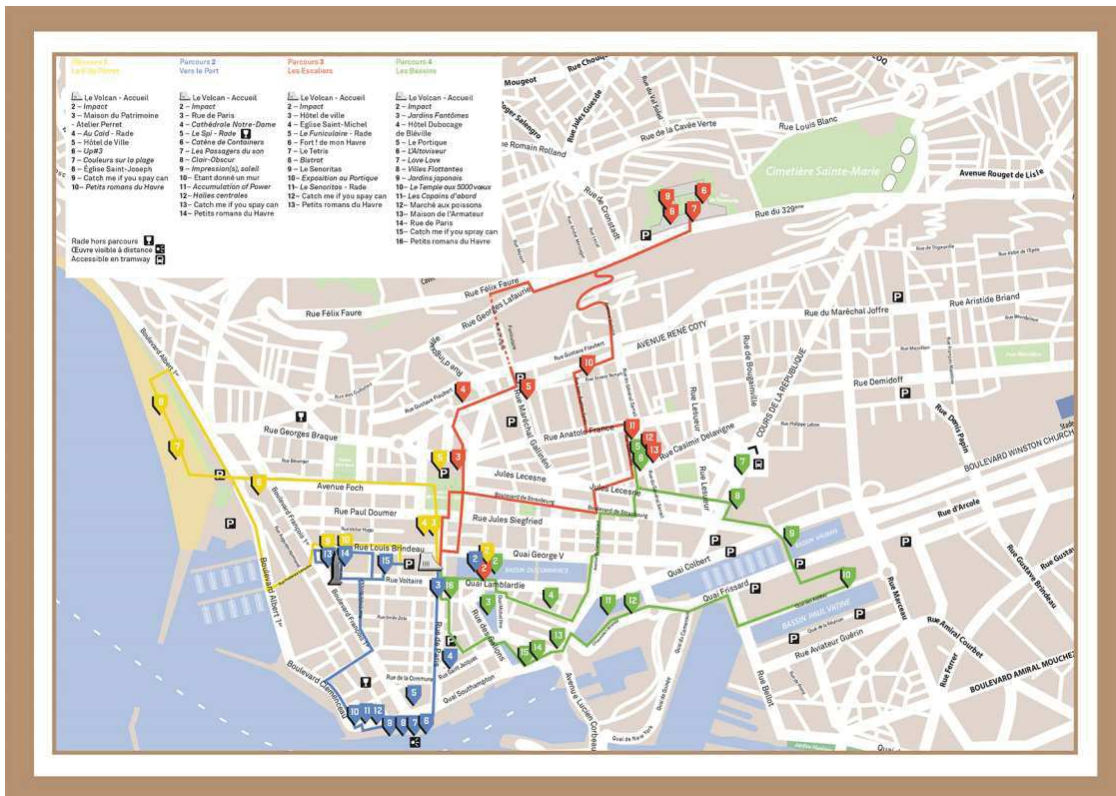
DÉS PANORAMAS ÉTONNANTS

Le Havre jouit de nombreux panoramas. La « costière » désigne le dénivelé qui sépare la ville haute de la ville basse. Cette position géographique constitue l'une des contraintes du développement urbain du Havre - une ville basse limitée au sud et à l'ouest, respectivement par l'embouchure de la Seine et la Manche, puis au nord par le plateau de Caux dominant la ville de 80 mètres. Dès le milieu du XVIII^e siècle, le dénivelé intermédiaire dénommé la « Côte » reçoit les pavillons et villas des grandes familles havraises. Outre l'aspect résidentiel, les points de vue hauts ont endossé un rôle militaire et utilitaire avant de devenir des lieux de détente et de loisirs. De l'Abbaye de Graville jusqu'au littoral, on compte plus d'une centaine d'escaliers qui relient la ville à ces hauteurs. Leurs parcours sont bordés des plus belles villas havraises. Le marcheur qui les emprunte, tout en bénéficiant de vues inattendues sur la ville au fur et à mesure de son ascension, évolue dans un environnement architectural empreint de l'histoire de la ville.

DÉS ESPACES ET DE LA VERDURE

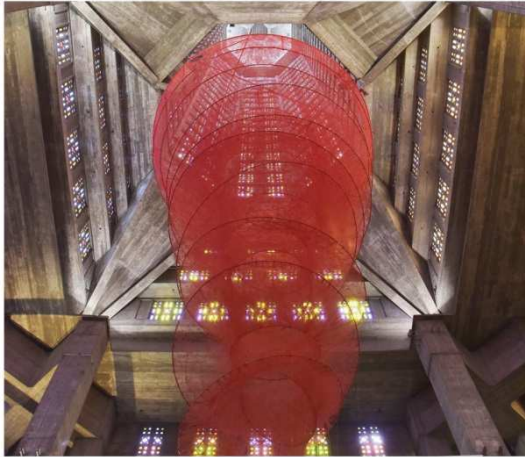
Poursuivre l'exploration des hauteurs de la ville en cheminant vers la mer conduit aux Jardins suspendus. Labellisé « Jardin remarquable » (label d'État) ce vaste jardin de 17 hectares surplombe le monde et offre un panorama époustouffant sur la Manche et l'horizon. Il comprend 9 hectares de jardins thématiques dédiés aux grands explorateurs et 5 000m² de serres de collection. Créé dans les vestiges du fort de Sainte-Adresse construit en 1854, il constitue un exemple tout à fait original de reconversion d'un site militaire. Cette réhabilitation initiée en 2005 a été confiée au paysagiste Samuel Craquelin, à l'architecte Olivier Bressac et au botaniste Jean-Pierre Demoly.

Au centre géographique de la ville, se trouve un trésor de chlorophylle de 270 hectares : la forêt de Montgeon. Desservie par le tramway et plusieurs lignes de bus, cette forêt est dotée de nombreux équipements sportifs, d'aires de jeux, et de voies que l'on peut emprunter à pied, à cheval ou en vélo. Elle possède plusieurs parkings reliés entre eux par un axe routier structurant. Le Havre, à l'instar du Central Park de New York, a aussi sa « forêt urbaine »...



Annexe 25

Une sélection parmi les 12 polaroids représentant les œuvres exposées dans l'espace public durant les festivités des 500 ans du Havre.



@UnEteAuHavre
 UnEteAuHavre
 uneteauhavre
 #UnEteAuHavre
 uneteauhavre2017.fr

I.E
 HAVRE
 500
 ANS

*Accumulation of power
 Chiharu Shiota*



@UnEteAuHavre
 UnEteAuHavre
 uneteauhavre
 #UnEteAuHavre
 uneteauhavre2017.fr

I.E
 HAVRE
 500
 ANS

*Chaine de containers
 Vincent Garivet*



@UnEteAuHavre
 UnEteAuHavre
 uneteauhavre
 #UnEteAuHavre
 uneteauhavre2017.fr

I.E
 HAVRE
 500
 ANS

*UP#3
 Long & Baucom*



@UnEteAuHavre
 UnEteAuHavre
 uneteauhavre
 #UnEteAuHavre
 uneteauhavre2017.fr

I.E
 HAVRE
 500
 ANS

*Love Love
 Julien Berthier*



© Philippe Blandin

📍 @UnEteAuHavre
📱 UnEteAuHavre
🌐 uneteauhavre
📌 #UnEteAuHavre
🌐 uneteauhavre2017.fr

**LE
HAVRE
500
ANS**

*Couleurs sur la plage
Karel Martens*

Transcription des entretiens

Les pages 101 à 119 ont été retirées de la version diffusée en ligne.

Résumé

La ville du Havre compte, au nombre de ses multiples particularités, celle d'être la plus jeune parmi les grandes villes de France. Elle est le fruit d'une volonté royale de doter le pays d'un outil de développement économique, un port, afin de répondre aux défis de son époque, et que l'on peut considérer comme un acte majeur d'aménagement territorial. Elle est célèbre aussi pour son centre reconstruit après la Seconde guerre mondiale, architecture de béton qui a eu un impact profond sur son développement et dans la mémoire de ses habitants.

Dans une première partie, en nous appuyant sur les concepts d'image et d'identité, nous avons étudié la démarche qui a accompagné la reconstruction de la ville. Nous avons observé que l'audace architecturale, n'a pas résolu tous les maux de la guerre, et qu'en particulier, la prise en compte insuffisante du sentiment humain, a perpétué un sentiment de déracinement et de perte d'identité.

Dans une deuxième partie, nous avons examiné les spécificités du territoire et le contexte concurrentiel dans lequel il doit se réinventer. Les enjeux identitaires, économiques, touristiques, culturels et patrimoniaux ont été analysés. Nous avons aussi identifié l'ensemble des atouts permettant aux acteurs publics et économiques et aux habitants, d'agir favorablement. Le Havre connaît une nouvelle dynamique, qui reste cependant, encore très fragile.

Enfin, dans la troisième partie, nous avons démontré que les célébrations des 500 ans de la ville en 2017, avaient pour réel objectif de repositionner Le Havre sur l'échiquier territorial, tout en la réconciliant avec ses habitants. Nous avons recherché enfin, à l'aide des entretiens avec des acteurs de son développement, les éléments de l'identité havraise qui permettent de la narrer comme une destination maritime attractive, avec une image adéquate, afin de formuler des préconisations professionnelles de communication.

Ce mémoire traite donc de l'architecture et de l'image de la ville comme moyens propres, au service du développement de la politique d'attractivité territoriale du Havre.

Mots clés

- Attractivité territoriale
- Marketing territorial
- Architecture
- Ville
- Image de la ville
- Paysage
- Urbanisme
- Art
- Évènementiel
- Mémoire