

**Université François-Rabelais Tours**  
**Ecole doctorale Sciences de l'Homme et de la Société**

**D.E.A. Villes et Territoires – Aménagement**

**Mémoire de recherche**  
**Présenté par Adélaïde Sallès**

Le paysage dans l'image de la ville :  
Un facteur soumis à la temporalité et aux volontés politiques

*Année 2003-2004*

**Membres du jury**

François Botté, Maître de conférence, discipline scientifique

**Nom de l'unité de recherche d'accueil**

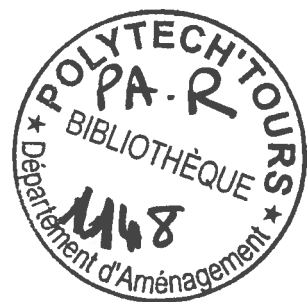
**Maison des Sciences de l'Homme " Villes et Territoires "**

UNIV.TOURS EPU DA CESA



D 251 004193 5

1 AGS 1R 2004 SAL



# Le paysage dans l'image de la ville : un facteur soumis à la temporalité et aux volontés politiques

<b>Introduction</b>	<b>1</b>
<b>PARTIE I : Le volet paysager de l'image de la ville</b>	<b>3</b>
<b>I Le paysage dans l'image de la ville</b>	<b>4</b>
1.1 L'image de la ville facteur identitaire attractif	4
1.2 Le paysage : espace physique de l'image de la ville	7
1.3 L'image paysagère comme capital attractif	10
<b>II Le capital paysager urbain</b>	<b>13</b>
2.1 Méthode d'analyse de l'image paysagère de Kevin Lynch	13
2.2 Les composantes du capital paysager urbain	16
2.3 Synthétiser les données pour repérer les éléments clefs de l'image paysagère	19
<b>III Détermination de sites comparables pour analyser l'image paysagère (Appliquer aux villes Amiens et Tours)</b>	<b>20</b>
3.1 Détermination du terrain d'étude	20
3.2 Recherche axée sur l'image paysagère des centres villes	21
3.3 La nécessité d'avoir des sites comparables	22
<b>PARTIE II : Application de la grille comparative pour la détermination des sites d'études</b>	<b>25</b>
<b>I Le capital paysager du centre ville d'Amiens et de Tours en 1990</b>	<b>26</b>
1.1 Grille comparative	26
1.2 Quelques éléments historiques justifiant l'image paysagère (évolution comparée Amiens/Tours)	28
1.3 Coupler les premiers résultats aux opérations d'aménagement	31
<b>II Détermination des sites d'études comparables</b>	<b>33</b>
2.1 Cartographie comparative du capital paysager urbain et des opérations d'aménagement	33
2.2 Composition des lieux d'étude retenus en 1990	36
2.3 Lieux complémentaires pour l'étude	38
<b>III Méthode</b>	<b>41</b>
3.1 Une méthode en deux temps	41
3.2 Déterminer le positionnement des acteurs politiques et la volonté de mener des opérations d'aménagement	42
3.3 Juger si ces volontés ont permis de faire évoluer l'image paysagère (indicateurs)	43
<b>PARTIE III : L'image paysagère évolue-t-elle positivement quand les actions d'aménagement du paysage sont impulsées par une volonté politique directe d'agir sur l'image de la ville ?</b>	<b>44</b>
<b>I Volonté politique et image paysagère</b>	<b>45</b>
1.1 Présentation des campagnes	45
1.2 Positionnement des acteurs politiques face à l'image paysagère de 1990	47
1.3 De quels volontés sont nées les opérations d'aménagement du paysage sur les sites retenus	53
<b>II Juger l'impact des opérations d'aménagement du paysage sur l'image de la ville</b>	<b>57</b>
2.1 Places et axes piétonniers	57
2.2 Leur place dans l'ensemble de la ville	61
2.3 Une évolution incontestable	64
<b>III Confirmation de l'hypothèse avec quelques nuances</b>	<b>67</b>
3.1 Les opérations d'aménagement agissent sur l'image	67
3.2 Nuance apportée à l'hypothèse	68
3.3 Les volontés politiques directes d'agir sur l'image grâce aux opérations d'aménagement permettent un meilleur contrôle de l'évolution de l'image	69
<b>Conclusion</b>	<b>70</b>
<b>Bibliographie</b>	<b>71</b>
<b>Table des matières</b>	<b>75</b>

## INTRODUCTION

Ce mémoire est basé sur l'image de la ville et plus particulièrement le volet paysager qui la compose. À l'intérieur de cette thématique de travail, c'est sur les volontés politiques de mener des opérations d'aménagement du paysage et leurs influences sur l'image paysagère de la ville que va s'orienter la recherche. Nous chercherons à confirmer ou infirmer l'hypothèse suivante : L'image paysagère évolue quand les actions d'aménagement du paysage sont impulsées par une volonté politique d'agir sur l'image de la ville.

### **Thème :**

Le volet paysager de l'image de la ville

### **Question spécifique :**

Les volontés politiques de mener des opérations d'aménagement du paysage permettent-elles de jouer directement sur l'image paysagère de la ville ?

### **Hypothèse :**

L'image paysagère évolue quand les actions d'aménagement du paysage sont impulsées par une volonté politique d'agir sur l'image de la ville.

Dans ce mémoire, c'est l'image interne de la ville qui va être abordée. Privilégier la dynamique d'image interne ne répond pas seulement à un souci d'efficacité. C'est également justifié par le fait que l'image doit susciter l'adhésion du citoyen-citoyen, de renforcer la notoriété et l'attractivité de la ville, mais elle doit d'abord être une parole collective : « voici la ville où nous vivons, et voici le projet que nous avons pour elle ».

Nous saisissons la ville à travers nos représentations, c'est-à-dire les images mentales qui émergent de notre personnalité ou de notre culture, de notre désir de comprendre, de notre volonté d'agir. Ainsi nous voyons la ville à travers ce que nous sommes, mais aussi à travers notre façon de penser, à travers ce que nous voulons.

Dès 1960, K. Lynch, dans « l'image de la ville », montre comment chaque citoyen choisit mentalement des repères (grands axes et bâtiments, carrefours, repères physiques... ) pour se situer dans le temps et dans l'espace urbain ; il fait en même temps référence aux significations de la ville, au symbolisme des limites ( culturelles, historiques) et des quartiers. Par une double lecture des composantes structurelles et symboliques de la ville, il construit mentalement des réseaux préférentiels qui lui permettent de pratiquer la ville. Ainsi lors d'un déplacement automobile va-t-il suivre des axes structurants, suivre les progrès de son déplacement grâce au passage de limites et à la vision du paysage. Mais ces éléments n'ont de sens que s'ils peuvent être interprétés ; chaque axe, quartier, chaque repère (marqueur) est porteur de symboles, de sens et d'imaginaire.

Une grande partie de la démarche de vérification de l'hypothèse va être basée sur l'ouvrage de Kevin Lynch, l'image de la ville.

Dans la première partie du mémoire nous aborderons le volet paysager de l'image de la ville, ou nous aborderons tout d'abord le volet paysager de l'image de la ville, puis le capitale paysager urbain où les apports de Lynch seront largement abordés. Pour terminer cette partie nous verrons pourquoi les villes d'Amiens et de Tours ont été retenues comme cas d'étude.

Dans la seconde partie, une grille d'analyse va être mise en place pour permettre de déterminer des sites d'étude comparables au sein des villes d'Amiens et de Tours. Puis à la fin de cette partie nous aborderons la méthode permettant de vérifier l'hypothèse.

Dans la dernière partie, nous allons à l'aide de la méthode exposée dans la deuxième partie vérifier l'hypothèse émise :

L'image paysagère évolue quand les actions d'aménagement du paysage sont impulsées par une volonté politique d'agir sur l'image de la ville.

Deux axes de recherche vont être entrelacés au sein de ce mémoire :

- La volonté politique de mener des opérations d'aménagement du paysage
- L'impact des modifications apportées par les opérations d'aménagement sur l'image paysagère

## **PARTIE 1**

### **Le volet paysager de l'image de la ville**

## I LE PAYSAGE DANS L'IMAGE DE LA VILLE

### 1.1 L'image de la ville facteur identitaire attractif

#### 1.1.1 Idéologie urbaine et les composantes de l'image

##### L'image d'une ville

Elle exprime l'identité que la ville (dans son sens large) s'est donnée à développer et à promouvoir. Assez proche de la réalité pour que chacun s'y reconnaisse et y reconnaisse la ville, assez symbolique pour être un vecteur de désir et de mobilisation, l'image est constituée par une sélection de thèmes, d'idées et par le choix de modalités d'expression, de signes. Il ne s'agit pas de la comprendre comme l'image iconographique de la ville, mais de la concevoir comme un symbole, une idée d'un lieu. L'image d'une ville relève d'une mémoire collective constituée dans le temps de l'histoire. Nourrie d'idées reçues et d'expériences transmises, elle est une sorte de mémoire accumulée au dedans d'elle-même et au dehors, sans lien immédiat ni automatisme avec sa réalité présente. La mémoire d'une ville se forme par rémanence ; certains moments, certains événements perdurent sous des formes matérielles ou culturelles, pour quelque décennies ou pour plusieurs siècles. Une ville est une réalité des plus complexes qu'il soit, car elle est à la fois physique et humaine, temporelle et intemporelle, universelle et culturelle. Du point de vue de son image, elle relève à la fois du vécu et de l'imaginaire. C'est pourquoi l'image d'une ville ne se laisse pas maîtriser comme celle d'un produit. Image collective, elle est aussi le lieu de rapports fragiles entre des imaginaires et des vécus personnels. Parler d'image, c'est parler d'identité, c'est-à-dire de ce qui différencie des autres. On ressent bien, dans la plupart des villes, que chacune d'elles a quelque chose d'unique, une sorte de personnalité qui se traduit dans son espace et dans sa vie quotidienne.

Depuis une quarantaine d'années, la ville, disons pour réactualiser, le milieu urbain, entretient avec « l'image » des rapports conflictuelles. Terme souvent méprisant aujourd'hui pour exprimer une démarche formaliste déconnectée de la société ou au contraire jouant sur le désir de paraître de celle-ci, il y a peu, se parer de vertus pour qualifier la représentation mentale suscitée par un vécu complexe ou une expérience onirique. (*Reine.V. , Lamizet.B. et Sanson.. P. 1997*).

##### Deux objectifs de la politique d'image :

La reconnaissance mutuelle vient fonder une conviction commune. C'est la recherche de cette dynamique qui doit guider tout travail sur l'image d'une ville. L'objectif central d'une politique d'image est de gérer le patrimoine-image et de le rendre productif pour la stratégie de développement. Les deux sous-objectifs principaux d'une politique d'image est de :

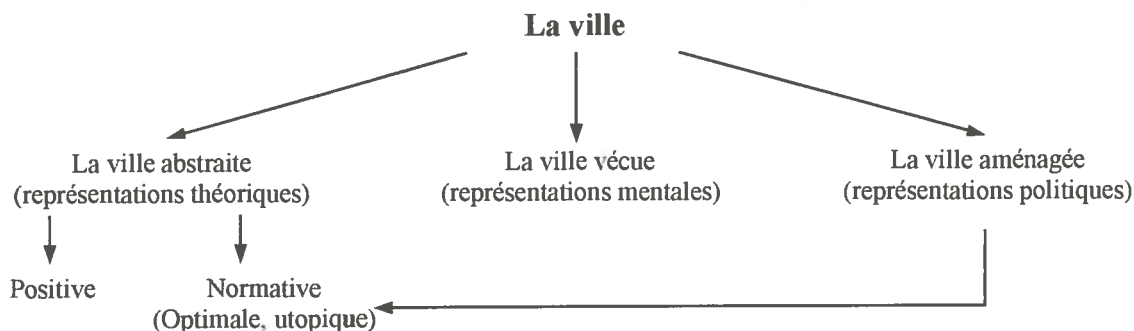
- Renforcer la relation des citoyens à leur ville : l'opinion que chaque citoyen a de la ville dans laquelle il vit ou il travaille participe au premier chef de la production de l'image de cette ville. Pour que cette image soit positive, il faut qu'elle associe satisfaction et fierté. Pour qu'elle soit convaincante, il faut qu'elle soit informée. L'image forcée se retourne vite contre la ville elle-même, en ôtant toute crédibilité à ses messages. La première politique d'image, c'est assurer à chaque citoyen et à chaque visiteur la qualité de vie quotidienne et de services qu'il attend
- Faire de chaque personne, de chaque entreprise un ambassadeur de sa ville : chaque citoyen est un porteur « passif » de l'image de la ville, par ce qu'il en dit à ceux qu'il rencontre, par la manière dont il en parle. Mais il peut également devenir un porteur « actif », en prenant conscience du rôle qu'il peut jouer auprès d'un parent touriste potentiel, auprès d'une entreprise avec laquelle il est en relation,...

C'est pourquoi l'image que promeut le marketing peut tirer légitimement sa substance des orientations du plan stratégique, conçues à travers une large concertation démocratique. L'image promue exprime la ville en tant qu'engagement collectif.

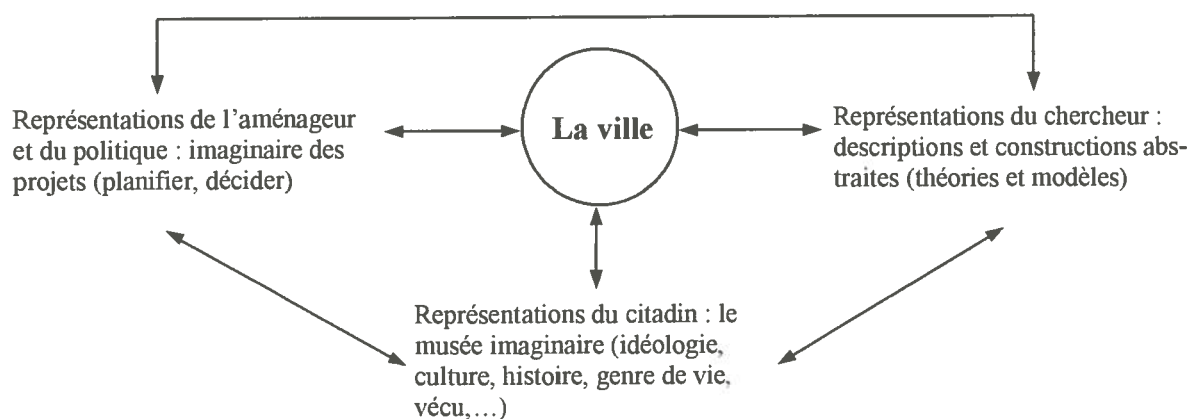


La représentation de l'image de la ville est multiple. Comme l'on peut le voir dans les deux schémas suivant, présentant les diverses appréhensions d'une ville, selon Beaumont et Huriot en 1994. On distingue plusieurs niveaux de représentation : mentales, théoriques, politiques correspondant aux différents acteurs de la ville.

#### Des représentations multiples de la ville, Beaumont et Huriot, 1994



#### Trois représentations de la ville, in Représenter la ville, Beaumont et Huriot, 1994



### 1.1.2 Le temps long de la construction de l'image

#### Temporalité de l'image :

Lorsque l'on parle d'une silhouette urbaine, dans un grand paysage, on n'évoque pas seulement tel ou tel objet construit mais l'interaction de tous les objets construits et des espaces libres qui les relient à la manière d'un infini tissu conjonctif. L'approche du grand paysage - pour poursuivre la métaphore biologique du tissu conjonctif - considère le territoire comme un organisme. Elle permet de replacer chaque geste, chaque objet, chaque modification dans son contexte à la fois spatial et temporel. Elle pose la question de la gestion, de l'évolution dans le temps du devenir et des interactions. La temporalité de l'image joue un rôle important dans la diffusion et le rattachement identitaire à celle-ci. Mais la construction de l'image d'une ville n'est pas une simple affaire. L'image d'une ville se construit sur le long terme, et elle doit d'abord être acceptée et portée par les habitants pour être véritablement exportable.

#### Le rôle de la ville centre en terme d'image pour l'agglomération :

Pour les agglomérations le rôle de la ville centre en terme d'image joue un rôle indéniable pour l'attractivité de cette dernière. La ville centre est porteuse d'image pour l'ensemble de l'agglomération au quelle elle se réfère. C'est autour de la ville centre que se fonde le ralliement communautaire et l'emblème de l'agglomération.

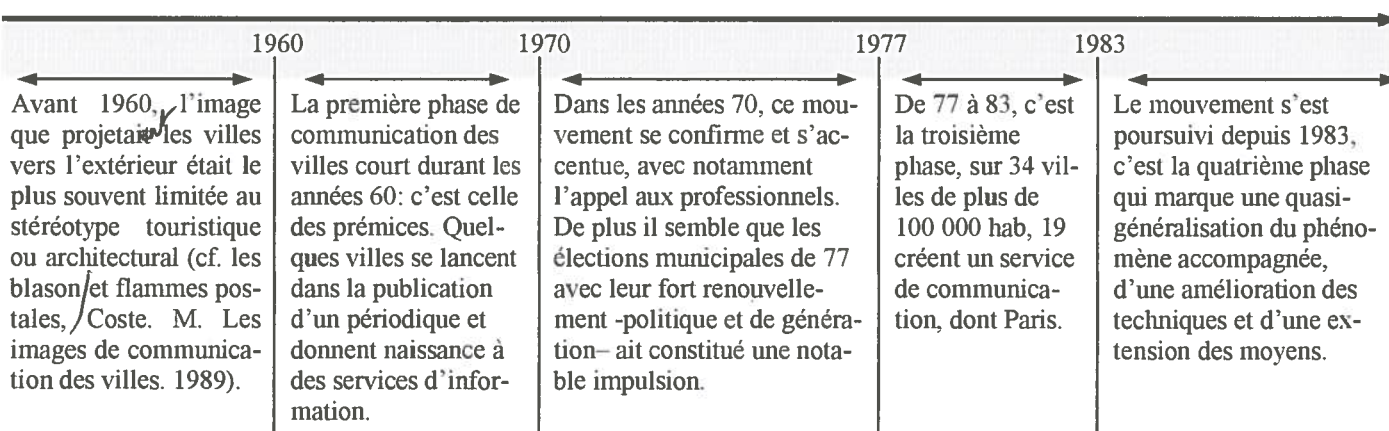
Ce n'est pas tant à travers la pratique d'un espace qu'un lieu, une commune, prend une signification, mais également à travers l'image que les gens s'en font et à laquelle ils adhèrent ( *Amphoux. 1988* ). Si la population se répartit dans les communes de l'agglomération de façon beaucoup plus subtile et variée que ne le ferait le seul mécanisme du marché, c'est que la commune centre a une image, ou plutôt des images. Ainsi le « connu », les éléments-éléments phares ou la réputation sont autant d'éléments constitutifs d'un sentiment d'appartenance et d'attraction de l'agglomération.



## 1.1.3 Image de la ville et communication urbaine

L'image de la ville peut aussi être comprise comme un outil de manipulation. L'image est indissociable d'aptitudes propre à l'homme : appréhender intellectuellement le monde, le traduire matériellement et enfin communiquer avec ses congénères. Des professions dont celles touchant l'aménagement des villes ambitionnent d'utiliser ce vecteur de communication efficace dans ses dimensions tant matérielles que symboliques pour conditionner la population. En effet, l'aménagement du cadre de vie n'est plus aux mains de ces usagers directs. Dans le milieu urbain, celui où se concentre les hommes, les entreprises, les décisions, l'espace est suffisamment rare et cher pour que spéculateurs et expert se soient très tôt chargés d'en rationaliser l'utilisation. Il importe alors à ces derniers d'encourager une réponse des habitants conforme à ce qu'ils en attendent en stimulant des réactions de l'ordre du réflexe, ou en les faisant adhérer aux idéologies souhaitées, le tout à l'aide de diverses techniques dont l'image physique : image artistique, publicitaire, emblématique, ... ( Suet.P-L. , Lamizet.B. et Sanson..P. 1997 ).

*Frise d'évolution de la communication urbaine (Réalisation Sallès.A. 2003. D'après Lussault 1993)*



Dans « La gestion stratégique des villes, entre compétition et coopération », de Bouinot. J. Bermils . B. 1995 sont référencés trois domaines d'attractivité des villes qui sont nommés sous le terme de « capital ».

- Le capital image
- Le capital paysage
- Le capital économique

Ces trois notions sont interdépendantes et se confondent, on les retrouve dans une démarche instituée aux États-Unis sous le terme de Star-strategy qui était au début utiliser pour « vendre » des produits de consommation tel que de la lessive et qui par la suite a été transposé aux territoires. La Star-Stratégie identifie la ville à une personne dotée « d'un physique, d'un caractère et d'un style ». Elle introduit aussi l'affectif dans l'image de la ville, notion que l'on retrouve dans le « capital image et paysager ». Elle met en scène la ville, joue sur la fibre sensible de l'individu afin de le séduire. (Vaugoyeau. 2000). On peut citer la campagne publicitaire de Montpellier avec le slogan : « Montpellier avec un grand Aime » et l'image d'un bébé sur les affiches.

Le capital image d'une ville, est essentielle pour son pouvoir d'attractivité. Mais la cohésion sociale désirée par les hommes politiques ne sera pas obtenue par le recours à une seule image physique. Et les publicitaires des années 1970 l'avaient bien compris quand pour vendre un appartement en banlieue à un client traumatisé par le modèle négatif des grands ensembles, ils lui vantaient un art de vivre chargé de références idéologiques capables de la toucher. En fait les agents de communication des collectivités locales appliquent le même principe en vendant outre certains projets symboles de l'esprit d'entreprise local, de jouir d'une vie calme et culturellement dynamique dans un cadre de vie de choix. ( Lamizet.B. et Sanson. P. 1997 ).

Le capital image d'une ville sert à faire naître et à renforcer le sentiment d'appartenance des habitants et l'identité et la particularité d'un lieu, le démarquant des autres. Ce capital est aussi porteur d'images collective vers l'extérieur du territoire, et de ce fait participe à l'attractivité de la ville. Politiques de communication ou communications politiques, la limite entre les deux notions est d'autant plus fragile que le maire de la commune apparaît comme une figure à la fois emblématique et médiatique de la collectivité. Alain Mons note à cet égard que « le corps du maire et plus largement sa « personnalité » constituent des paramètres importants dans les stratégies d'images des villes » (Mons. A. 1992.).

## 1.2 Le paysage : espace physique de l'image de la ville

### 1.2.1 Le paysage : cadre de vie matériel

Le paysage peut être qualifié comme un agencement matériel d'espace –naturel et social– qui est appréhendé visuellement, de manière horizontale ou oblique, par un observateur. Représentation située, le paysage articule plusieurs plans, permettant l'identification des objets contenus et comprend une dimension esthétique. (Lévy. J. et Lussault. M.)

Le paysage établit une prééminence du visible. La vision est privilégiée par rapport aux autres sens et l'objet paysager devient essentiellement l'objet visuellement perçu. Mais le paysage peut aussi être abordé sous l'angle qualitatif (en terme de formes, de couleurs, d'habitat). Quand à la fin des années 1960, émerge la question de l'environnement, Georges Bertrand est le premier qui propose de mettre en avant l'étude des interactions entre les fluides, air et eaux, les éléments vivants, végétations et sols, qui constituent le cadre de vie des sociétés humaines, leur environnement qui est lui-même modifié par l'action consciente ou non des sociétés.

Le paysage est la représentation territorialisée de l'environnement, qui est situé géographiquement et caractérisé par des composantes matérielles qui ont aussi une valeur culturelle.

#### Le paysage

La définition du paysage qui va être ici utilisée est celle employée par la convention européenne du paysage. Le paysage désigne une partie de territoire telle que perçue par les populations, dont le caractère résulte de l'action de facteurs naturels et/ou humains et de leurs interrelations. Le terme paysage est donc défini comme une zone ou un espace, tel que perçu par les habitants du lieu ou les visiteurs, dont l'aspect et le caractère résultent de l'action de facteurs naturels et/ou culturels (c'est-à-dire humains). Cette définition tient compte de l'idée que les paysages évoluent dans le temps, sous l'effet des forces naturelles et de l'action des êtres humains. Elle souligne également l'idée que le paysage forme un tout dont les éléments naturels et culturels sont considérés simultanément. Cette définition n'est pas restrictive et prend en compte aussi bien les paysages dit « urbains » que « naturels ».

*Convention Européenne du Paysage.*

### 1.2.2 L'espace public est paysage urbain

D'usage assez récent en urbanisme, la notion d'espace public n'y fait cependant pas toujours l'objet d'une définition rigoureuse. On peut considérer l'espace public comme la partie du domaine public non bâti, affectée à des usages publics. L'espace public est donc formé par une affectation d'usage. (Merlin. P. Choay. F. 2000 ).

#### L'espace public

Au sens strict, un des espaces possibles de la pratique sociale des individus, caractérisé par son statut public. Se différencie ainsi de l'espace commun, soit l'ensemble des espaces possibles de la pratique sociale des individus.

L'espace public peut-être défini de manière simple comme l'espace ressortissant strictement à la sphère publique, c'est à dire tout espace n'appartenant pas à une « personne morale de droit privé ».

L'espace public est un espace accessible à tous. De taille limitée par rapport à l'espace de référence, l'espace public a la capacité de résumer la diversité des populations et des fonctions d'une société urbaine dans son ensemble.

*Lévy. J. Lussault. M.  
Dictionnaire de la géographie  
et de l'espace des sociétés.  
2003*

Le paysage urbain quand à lui se limite visuellement aux limites matérielles (murs, bâti,...) sur lesquelles la vue vient se bloquer. Il y a donc une superposition entre les limites des espaces publics et les limites du paysage urbain. Mais le paysage urbain dépassant quelque fois les limites de l'espace public puisque la vue d'un observateur ne se conscrit pas seulement aux limites de l'espace privé/public.

La notion d'identité de la ville se forge autant sur l'espace public que sur le paysage urbain. Par ce concept, d'identité, l'effort vise à la construction d'une identité aussi positive (emblématique) que possible. La forme urbanistique et architecturale des espaces public pour une agglomération, mais aussi la manière dont elle solutionne

les enjeux de mobilité, d'usages publics, de sociabilité, tous ces éléments permettent de construire une identité, une image de marque disent les professionnels du marketing public. Les collectivités urbaines du monde entier cherchent à se construire, dans des rivalités parfois très vives, une identité qui les distingue les une des autres et surtout qui les rende attractives. L'enjeu identitaire est donc énorme, d'autant plus que chaque habitant use de cette image de marque pour se construire sa propre identité. Selon que les citoyens partagent la même identité, la cohésion de la collectivité sera plus ou moins grande, ce qui retentit sur le bon fonctionnement collectif.

La mise en scène de la vie urbaine passe par la création et l'aménagement d'espaces publics, ou l'on pourrait aussi dire par l'aménagement du paysage urbain. C'est par eux que les citoyens –étant donné leur diversité– prennent conscience de leur coexistence et de leur place dans le monde. C'est dire l'importance des espaces publics et du paysage urbain. La forme urbanistique et architecturale des espaces publics donne sens à l'urbain, par le fait qu'ils impliquent mobilité, usages publics, sociabilité, identité. Pourtant, les professionnels de l'espace sont convaincus que c'est d'abord par l'action sur la morphologie qu'ils agissent sur ces enjeux. Il n'est pas question de nier l'importance de ce point de vue, cependant il n'est pas le seul par lequel on intervient sur cet aspect de l'urbain. Les composantes culturelles, économiques, politiques et sociales sont nécessaires et complémentaires à l'action. En bref, on peut plaider pour que la réflexion et l'action sur les espaces publics urbains soient interdisciplinaires, et la mise en scène de la vie urbaine doit se faire avec les usagers. ( Bassand . M; Compagnon. A; Joye . D; Srein . V. 2001 )

On peut considérer que les espaces publics sont porteur comme le paysage urbain de nombreuses valeurs :

- Les espaces publics, d'une part, impliquent indissociablement des aspects géographiques physiques, formels et des aspects relatifs aux acteurs sociaux qui mettent en œuvre des processus, des pratiques, des usages, des représentations, des relations, d'autre part.
- Souvent il sont présentés comme fonctionnant d'eux-mêmes. C'est une erreur. La société ou des processus macro sociaux interviennent significativement dans la société est indispensable pour comprendre notamment les usages, les représentations, les décisions politiques conditionnant les pratiques et les formes des espaces publics, etc.

L'identité urbaine, ou l'image de marque, que chaque ville construit est liée en grande partie à la qualité (urbanistique, architecturale, culturelle, etc) de ses espaces publics/paysage urbain.

Les espaces publics que l'on peut assimiler au paysage urbain sont des lieux de vies, offrant le plus grand choix d'activité, donc lieu de liberté, des lieux de sociabilisation que la moindre cellule d'habitations ne remplacera jamais. Prolongements de la vie d'intérieur, les espaces publics urbains servent de réceptacle, plus encore de vecteurs des multiples aspirations contradictoires des citoyens qui cherchent toujours, plus ou moins consciemment, à être en osmose avec leur unité de voisinage, leur quartier, leur ville. ( de Sablet . M. 1988 ). Beaucoup plus que la qualité esthétique et historique des bâtiments qui les bordent, c'est la capacité de ces lieux à générer des tranches de vie collective qui en fait le ciment organique de la ville. Elle crée les caractères et les personnalités propres à chacune de ces communautés vivantes que doivent être les cités.

Au-delà de leur capacité à émouvoir, ils sont en quelque sorte le sang qui irrigue une agglomération et lui fournit son oxygène. Ils jouent ce rôle essentiel : être la colonne vertébrale à partir de laquelle la ville est innervée, comme en un réseau capillaire au long duquel se trouvent les espaces dont la variété des fonctions, des formes, des densités d'utilisation rythme la vie, forge l'âme de la cité, en fait un organisme vivant.( de Sablet . M. 1988 ).

Pour Sylvie Salles « l'espace public s'est d'abord défini en négatif, comme vide résultant du bâti, avant de s'imposer comme un espace de valorisation attaché à la notion de "qualité de vie". Mais l'espace public est un espace de valorisation urbaine. Ses mises en forme organisent le regard et les pratiques. Elles participent à la mise en scène de la ville. Les concepteurs vont tenter d'en faire un espace de visibilité. S'ouvrant vers les espaces environnants, l'espace public permet le passage d'un lieu vers un autre. Il se construit en paysage à regarder et permettant de voir. Il révèle un horizon, nouveau ou préexistant, où le regard est arrêté par quelque chose qui nous projette au-delà. Représentation emblématique de la ville, l'espace public se laisse modeler par son contexte, comme une forme dans la ville. Il se construit, au gré du jeu des acteurs, par l'ouverture d'horizons, qui se renouvellent au fil des itinéraires. Ces écrans servent à délimiter des espaces où le regard peut en même temps s'arrêter (s'ils sont opaques) et s'ouvrir en profondeur (s'ils sont transparents).



### 1.2.3 Paysage porteur de valeurs collectives

Le paysage est chargé de valeurs. Les unes sont collectives, quand les représentations globales, devenues croyances sont assez prégnantes pour dépasser les personnalités et les statuts; d'autres tiennent aux cultures et aux appartenances de classe et de groupe; d'autres encore, aux personnes. Ces valeurs se diffusent et se généralisent d'autant plus que les paysages sont montrés, commentés et médités. Les descriptions sociales privilégient toujours les représentations globales, ou celles du groupe dominant; mais la production de l'espace est animée par l'ensemble des représentations, dans leur différence et dans leur communauté.

Le paysage a une valeur d'usage. Il guide les pratiques, il donne les repères, la familiarité avec les lieux. Il se fait patrimoine. Il a une valeur affective. Le paysage familier est aimable, ou il est chargé de toutes les haines et de toutes les frustrations. La description du paysage, surtout si elle est réussie, nous apprend bien plus sur son auteur que sur le paysage même. Elle dit un état d'âme, plus qu'un état du lieu.

Il a une valeur de conservation. L'esthétique du paysage est de ces sujets inépuisables. Elle anime les arts et les bavards. Par définition, l'esthétique du paysage est conservatrice; magnifiant ce que l'on voit dans l'état où on le voit, elle ne supporte pas que change cet état et que se transforment les paysages. Le paysage devient mythe. Il est des paysages qui dépayseraient, et d'autres qui rassurent, parce qu'ils sont conventionnels, classés, chargés d'un habitus et d'un sens symbolique. ( *Brunet. R. Ferras. R. Théry. H. 1993* ).

Le paysage se situe donc d'abord dans la conscience des sujets sociaux qui l'observent, le révèlent ou le créent. Le paysage est avant tout humain, champ symbolique des sociétés et de leur histoire. « Le paysage n'existe que perçu », rappelle sans relâche Brunet. « Le paysage est signe et signature » souligne-t-il aussi. ( *Brunet. R. 1987* ). Le paysage traduit la manière dont les sociétés l'ont produit. Pour Augustin Berque, le paysage se définit par la « médiance » concept singularisant « le sens du lien qui existe entre une société et son environnement ». Sens du milieu, par conséquent, soit une manière d'associer l'ordre du territoire et celui de son élévation symbolique et artistique : le paysage.

On peut dire qu'il existe une interrelation entre les éléments physiques d'un lieu et le représentation, le vécu des observateurs. Ceux-ci découvrent par ses sens les signes qui composent le paysage. Ils leur confèrent alors signification et unité sur lesquels les individus pratiquant régulièrement un lieu forge en partis leur identité. La richesse symbolique du paysage suggère et révèle l'instance territoriale vécu.

Si le paysage annonce le territoire en exhibant ses facettes sensorielles, il n'en constitue pas moins une dimension spécifique et autonome (une médiance) des rapports de l'Homme et de la société à leur environnement. C'est donc dans une curieuse situation de copépendance, mais aussi de singularité de chacun des deux termes que le territoire et le paysage se tiennent et se confortent, l'un par rapport à l'autre. Relevant tous deux de l'expérience du vécu dans laquelle se mêlent les domaines de l'affectivité, de l'imaginaire et de l'apprentissage socioculturel, le territoire comme le paysage ne se réduisent pas à la matérialité du monde extérieur. On ne peut les ramener au seul contenu concret de l'instance géographique. Même s'ils dépendent de cette réalité.

Nous pouvons terminer ce paragraphe par une citation d'Augustin Berque, qui souligne les interrelations intervenant autour de la notion de paysage : « Le paysage est une entité relative et dynamique où, société, regard et environnement sont en constante interaction ».

Comme nous venons de le voir, le paysage est porteur de valeurs collectives. Ces valeurs lui confère un potentiel d'attractivité. C'est à partir des valeurs que porte le paysage, que va être promu les qualités d'un lieu, dans le but d'attirer des investisseurs, habitants, touristes,...

#### Perception de l'espace

C'est une activité à la fois sensorielle et cognitive par laquelle l'individu constitue sa représentation intérieure (son image mentale) de l'espace l'environnant de son expérience.

#### Représentation de l'espace

Construction mentale ou/et objectale figurant un espace géographique.

*Lévy. J. Lussault. M.  
Dictionnaire de la géographie  
et de l'espace des sociétés.  
2003*

### 1.3 Le paysage comme capital attractif

#### 1.3.1 Le paysage devient cadre de vie quand on s'y sent vivre

Le paysage urbain n'est pas seulement la nature en ville, comme le croient trop souvent un certain nombre de personnes ; c'est aussi et surtout le cadre de la vie quotidienne.

L'identité d'une région, ou d'un lieu, est à l'origine d'un sentiment d'appartenance, du bien-être de se trouver chez soi. Comme nous le rappelle D. Martins, dans son mémoire, le paysage constitue notre cadre de vie, il rassemble les repères qui nous sont nécessaires. « les milieux naturels et les paysages s'intercale toujours le prisme des civilisations » Cette réflexion est à la base de ce que l'on peut entendre par "site paysager". Sur le fond originel offert par la "nature", les "civilisations" apposent un paysage qui devient le constituant majeur de toute forme d'identité locale. Il est leur cadre de vie, il date leur évolution. Le site est tout à la fois, il est nature en sa phase première, il est paysage en sa phase ultime, il devient alors attribut du sensible pour sa perception et son évolution, bien qu'aujourd'hui cette évolution dépende presque essentiellement d'une structuration scientifique qui tente d'asservir le sensible dans des normes de moins en moins objectives, voir consensuelles...

Meyer en 1992 et Joye en 1995, montre par leurs études que l'attachement des habitants à un lieu se fait par le vécu du par le paysage urbain et son image :

- À la suite notamment de la multiplication des expériences de mobilité et de l'éclatement des espaces liés à la pendularité, les appartenances se conçoivent bien davantage en fonction des images que l'on a de son environnement qu'en référence à des pratiques exclusives des espaces géographiques comme le quartier.
- Il en découle que les politiques du cadre de vie prennent une place de plus en plus importante parmi les politiques urbaines, dans la mesure où elles peuvent concerner l'image du quartier telle que les habitants la construisent ou telle que le reste de la ville la perçoit. Dans cette hypothèse, les enjeux sociaux doivent avoir un peu perdu de leur acuité, même si la crise actuelle tend à en renouveler l'actualité.

On peut aussi souligner que le paysage urbain reflète le cadre de vie matériel (comme nous l'avons vu précédemment) de la ville. Quand se paysage urbain procure des sentiments positifs, d'identité, de bien être, il peut provoquer l'envi de vivre et de s'installer à un visiteur, touriste, futur entrepreneur, ... Ce sont les divers composants du capital paysager qui crée chez les habitants et les visiteurs de la ville un ensemble de réactions psychologiques et de sensations qui font que le paysage urbain est un espace émotionnel : chaque espace doit pouvoir offrir ces différentes impressions plus ou moins riches, plus ou moins combinées, soit par sa destination propre et son caractère, soit selon la façon dont on entre en contact avec lui.

Les valeurs portées au cadre de vie et au paysage urbain dépendent fortement des ambiances et de l'appropriation des lieux par les individus qui le fréquentent, mais aussi de la qualité de vie qui leur est associées.

#### Cadre de vie

Tout ce qui constitue l'environnement de la vie quotidienne ; comprend l'habitation, son milieu, le trajet domicile-travail, l'organisation et l'offre de loisirs. Concept relativement nouveau, et argument d'attraction de la part de villes ou de contrées qui cherchent à séduire. Son emploi traduit un glissement de l'individuel au collectif : naguère, les compagnies minières savaient soigner hiérarchiquement les cadres de vie individuels des directeurs, des ingénieurs, des porions, sans employer l'expression ; de nos jours, il s'offre à une population, même limitée prise dans son ensemble. En fait, le cadre de vie ne concerne guère que la vie des cadres, qui sont les cibles de ce discours publicitaire.

Des entreprises mettent aussi en avant le cadre de vie, plus ou moins discrètement proposé comme élément du salaire « réel », permettant de limiter le nominal, et intègrent la « qualité du cadre de vie » dans leurs stratégies de localisation : « la qualité de la vie est une partie intégrante d'un système de production performant ». (Rybakov.A. Les enfants de l'Arbat)

*les mots de la géographie ,  
dictionnaire critique  
Brunet .R. Ferras. R. Théry. H.  
1993*



### 1.3.2 Ambiances et appropriation du paysage

Bien évidemment, les ambiances résultent des formes architecturale et urbanistique, du contexte urbain et des enjeux des espaces publics.

Deux dimension supplémentaires doivent être relevées pour qualifier les ambiances des espaces publics : d'une part, les *temporalités* définies par les heures diurnes et nocturnes, les fins de semaine et les différentes saisons; d'autre part, le *sensoriel*, notamment le visuel, le sonore, le tactile, l'olfactif.

L'ambiance de l'espace public doit encore être saisie par le sensoriel. Évidemment, le visuel qui implique les formes architecturales et urbanistiques, les matériaux de construction, le mobilier urbain, les perspectives, la vue plus ou moins panoramique, la lumière. Le sonore n'est pas moins important; lui aussi est conditionné par la forme, les matériaux, le mobilier urbain (fontaines, cloche,...), mais surtout par l'animation découlant des activités et des flux. Le tactile est conditionné également par le revêtement du sol. Enfin n'oublions pas l'olfactif qui dépendra de l'animation, des activités, de l'existence du végétal, de plans d'eau, de l'écoulement des égouts. (Bassand . M; Compagnon. A; Joye . D; Srein . V. 2001 ).

#### Ambiance

La notion d'ambiance est la synthèse perceptive pour un individu des impressions multiples et parfois contradictoire qu'il reçoit d'un lieu ou d'un paysage qui l'environne.

Loiseau.J-M. Terrasson. F. Trochet. Y.  
Le paysage urbain  
1993

L'ambiance est ce que perçoit un observateur d'un lieu dans lequel il est situé. Ce qu'il en perçoit est fonction de sa sensibilité de l'instant. En premier lieu, une ambiance se ressent, dans un second temps elle peut éventuellement être analysée. L'ambiance est le résultat global dans notre conception de la synthèse fugitive entre eux des volumes, de la lumière, du rapport plein-vide, de la couleur, du végétal, des sons, des odeurs, du mouvement, de l'agitation, du silence... . Sans épithète ajoutée, le terme d'ambiance est neutre : tout lieu, cheminement... possède objectivement une ambiance ou une succession d'ambiance qui peuvent nous apparaître comme harmonieuse ou disharmonieuses, agréables, sereines, agressives, effrayantes. Cette ambiance s'exprime certes à travers notre subjectivité du moment mais peut aussi être créée par les relations établies entre les différentes composantes du paysage.

Les ambiances rencontrées en parcourant un paysage urbain sont à la base du sentiment d'appropriation des lieux. Un paysage comportant des ambiances connoté positivement à plus de chance à terme d'être approprié par les individus qui le côtoient. Le paysage, c'est une mosaïque de lieux et de comportements, territoire intimes et traces de mémoire à explorer. Les interactions sont multiples entre le social et le domaine perceptif dans l'étude des comportements humains au sein des paysages urbains. En matière de composition urbaine et paysagère la prise en compte des images mentales permet une approche à la fois intime et concrète de la perception, à travers les usages et les comportements.

Pour se sentir à l'aise dans un espace, l'Homme a besoin de repères ; ceux-ci lui apportent un sentiment de cohérence et le rassurent. Les repères visuels par leur impact ou leurs caractéristiques créent des événements dans le paysage. Ils donnent une identité aux lieux et permettent aux individus de se situer dans un milieu. Éléments naturels ou urbains, ils sont à différentes échelles : ce peut être un arbre qui se particularise par son caractère isolé ou la rareté de son espèce, un bord de plateau, une ligne de crête, une fontaine, une place, un ouvrage d'art, un monument, un panneau publicitaire,... . Ces éléments de repère, leur assemblage et leur environnement forge l'ambiance d'un site.

Michel Conan souligne le fait que « Le paysage est le symbole du groupe et de ses idéaux. Un territoire ne deviendra pays, lieux ou paysage que par la valeur symbolique que lui confèrent des rites de propriété effectués par les membres d'un groupe social ».

L'image que les habitants se font de leur ville se compose donc aussi bien d'éléments physiques, tel que le paysage ou l'architecture, que de caractéristiques sociales définies par l'ambiance ou la convivialité de la population résidente. Le sentiment d'appartenance qui va découler des valeurs positive porté par le paysage urbain, s'il dépend de nombreux facteurs, est à même d'expliquer aussi bien certains comportements et attitudes face aux problèmes auxquels la ville se trouve confronté, qu'un éventuel engagement en faveur de celle-ci.

En se l'appropriant, les habitants en deviennent un des ardeurs défenseur du paysage urbain. Le paysage approprié fait donc ainsi parti de leur identité, de leur environnement.



### 1.3.3 L'aménagement fait évoluer le paysage et son image

#### L'évolution physique va influencer le ressenti :

Comme le souligne Sarah Rouy : « Les modifications de la substance paysagère, souvent durables ou ineffaçables, la transforment dans sa structure et dans ses équilibres. Mais d'autres changements, ponctuels, transforment, pour un temps, l'aspect des paysages ». Selon Jean-Pierre Dufay, « une chose est certaine, c'est qu'aujourd'hui, le paysage n'est plus vu sous un côté statique. La notion de protection entendue comme la fixation d'un paysage dans le temps est complètement révolue, et la fonction de gestionnaire du paysage est entrée dans les mœurs ». La loi devrait tenir compte de la capacité dynamique des paysages, et encadrer l'évolution globale d'une esthétique souhaitée, en rentrant plus en amont dans la phase opérationnelle du processus d'aménagement urbain.

Étudier un paysage c'est avant tout poser un problème de méthode. On passe ici du paysage perçu au paysage vécu. Ainsi se pose la question de savoir comment donner un sens aux actions d'aménagement, comme l'indique Sylvie Rimbert. Augustin Berque, quand à lui nous rappelle que « le rôle de l'aménageur se traduit par sa motivation paysagère, par la façon dont il donne un sens au milieu ». Pour Jacques-Marie Loiseau, François Terrasson, et Yves Trochel : « Comprendre le paysage, c'est d'abord l'analyser dans les composantes visuelles car c'est avant tout sur celles-ci qu'intervient l'aménageur. C'est le paysage visible. C'est ensuite déceler les liens d'équilibre dynamique qui unissent ces composantes au système producteur qui leur a donné naissance. C'est le paysage signe. C'est enfin observer les usages et représentations qui sont faits. C'est le paysage vécu. Territoire à vision et perception variable, le paysage nous oblige à considérer le site à aménager non plus comme une simple surface plane, mais comme un espace chargé de signes ». C'est cette citation qui est en partie représentée ci-dessous, où il est schématisé l'influence des opérations d'aménagement sur le « site géographique », le « patrimoine urbain » et sur la « morphologie du plan urbain » (ces notions ont été définies précédemment), et les répercussions qu'ont ces opérations sur la perception et la représentation de la ville. Cette répercussion pouvant par la suite influencer directement ou indirectement, volontairement ou non, l'image de la ville.

#### Échelle d'action et image :

Suivant l'échelle d'intervention choisit pour mener une opération d'aménagement, celle-ci aura un impact différent sur l'image de la ville. A une grande échelle, la structure paysagère, son fonctionnement général, son armature de développement dans le cas d'un site urbain y apparaisse clairement. L'image produite est épurée, filtrée, synthétique, mettant en valeur les éléments clef de l'image paysagère globale de la ville. Intervenir par le biais d'une opération d'aménagement sur une vaste échelle, celle de la ville dans son ensemble, va donc avoir inévitablement à terme un impact direct sur l'image de la ville. Cet impact va d'abord se faire ressentir sur la vision même des habitants (image interne de la ville), puis par la suite sur la vision externe. Cet impact peut être renforcé par la communication faite sur les opérations d'aménagement mener, et va permettre d'accélérer le changement d'image, voir même de l'influencer. Mais il faut souligner le fait que la communication n'arrive pas toujours à ces fins, et l'image promu n'est pas obligatoirement celle qui va être reçue.

À l'échelle d'un quartier, les opérations d'aménagement, n'influencent pas forcément l'image de la ville dans son ensemble. Mais plusieurs petites interventions dans divers quartiers de la ville peuvent néanmoins agir sur le long terme sur l'image de la ville. De plus la localisation de ces interventions n'est pas à laisser aux hasards. Les opérations si petites soient-elles menées dans un quartier emblématique de la ville vont parfois avoir plus d'impact sur l'image de la ville qu'une grande opération d'aménagement effectuée dans un quartier comportant une moindre notoriété. Les actions mener sur les relations inter-quartier, ont souvent le but de renforcer et de créer de nouvelles dynamiques internes à la ville. Ces actions qui sont souvent entreprises pour recoudre la ville (elle intervienne particulièrement dans les villes dont la reconstruction d'après guerre a engendré de nombreuses fractures internes, ou dans les quartiers de grands ensembles,...). Ces opérations sont souvent très communiquées de façon interne (par le biais des bulletins municipaux, ou intercommunaux), mais leur impact sur l'image de la ville, ou sur la création de nouvelles dynamiques internes n'est pas toujours prouvées.

Dans certains cas, où la collectivité décide d'intervenir sur un statut, un arbre, si celui-ci est perçut par la population comme un « emblème », si petit soit-il, les habitants vont se grouper contre l'intervention de la collectivité sur celui-ci de peur que l'opération nuise à leur référent identitaire.





## II LE CAPITAL PAYSAGER URBAIN

### 2.1 Méthode d'analyse de l'image de la ville de Kevin Lynch

#### 2.1.1 De « l'image de l'environnement » à l'image paysagère

Dans son ouvrage, Kevin Lynch, aborde la qualité visuelle de la ville en étudiant la représentation mentale de la ville chez les habitants de plusieurs villes Américaines. C'est cette représentation mentale de la qualité visuelle de la ville qu'il nomme « image de l'environnement ». Lynch se base principalement sur la clarté apparente ou « lisibilité » du paysage urbain. Bien que la clarté, ou lisibilité, ne soit nullement la seule propriété importante d'une belle ville, elle devient essentielle lorsqu'on se place à l'échelle de la ville, du point de vue de la taille, de la durée et de la complexité, pour examiner l'environnement. Pour comprendre cela, il ne faut pas considérer la ville comme une chose en soi, mais en tant que perçue par ses habitants.

Dans l'opération qui consiste à trouver son chemin, le maillon stratégique est l'image de l'environnement, la représentation mentale généralisée qu'un individu se fait du monde physique extérieur. Selon Lynch, cette image est produite à la fois par les sensations immédiates et par le souvenir de l'expérience passée, et elle sert à interpréter l'information et à guider l'action.

Les théories et la méthode exposées par Lynch se rapproche fortement des définitions (de l'image de la ville, paysage et image paysagère) utilisées dans le chapitre I de cette partie, comme on peut le remarquer avec les citation extraites de son ouvrage « l'image de la cité » :

#### Bâtir l'image :

« Les images de l'environnement sont le résultat d'une opération de va-et-vient entre l'observateur et son milieu. L'environnement suggère des distinctions et des relations et l'observateur - avec une grande capacité d'adaptation et à la lumière de ses propres objectifs - choisit, organise et charge de sens ce qu'il voit. Il y a plusieurs façons pour que se produise une image cohérente. Le fait qu'un objet réel ne soit qu'à peine ordonné ou remarquable, peut ne pas empêcher son image mentale d'acquérir une identité et une ordonnance à la suite d'une longue familiarité. [...] »

Du fait qu'ils agissent sur l'environnement physique, les urbanistes portent un intérêt primordial à l'agent externe dans le phénomène d'interaction qui est à l'origine de l'image. Des environnements différents contribuent ou résistent plus ou moins au processus de fabrication de l'image. Les images collectives, représentations mentales communes à de grandes quantités d'habitants d'une ville : zones d'accord que l'on peut s'attendre à voir apparaître sous l'interaction d'une même réalité physique, d'une culture commune et d'une nature physiologique identique. »

#### Structure et identité :

« Une image de l'environnement peut s'analyser à travers trois composantes : identité, structure et signification. Il est commode de les séparer pour l'analyse, tout en se rappelant qu'en réalité elles se présentent toujours ensemble. Une image utilisable requiert d'abord l'identification d'un objet, ce qui suppose qu'on le distingue des autres choses, qu'on le reconnaisse comme une entité séparée. Cela ce nomme identité, au sens d'individualité ou d'unicité. En second lieu l'image doit comprendre la relation spatiale ou paradigmatique de l'objet avec l'observateur. »

#### Une image collective :

« Il semble que pour n'importe quelle ville donnée il existe une image collective qui est l'enveloppe d'un grand nombre d'images individuelles. Ou peut-être y a-t-il une série d'images collectives correspondant chacune à un groupe nombreux de citoyens. [...] Chaque représentation individuelle est unique, une partie de son contenu n'est que rarement, ou jamais, communiquée, et pourtant elle rejoint l'image collective [...]. »

Face à cette similitude, entre le volet paysager de l'image de la ville (chapitre I du mémoire) et la vision de Lynch, nous utiliserons donc en partie les éléments de méthode développés par ce dernier pour analyser l'image paysagère de la ville.



### 2.1.2 Définition des éléments composant l'image de la ville selon Lynch

#### Les voies :

Les voies sont les chenaux le long desquels l'observateur se déplace habituellement, occasionnellement, ou potentiellement (rues, des allées piétonnières, des voies de métropolitain, des canaux, des voies de chemin de fer). Pour beaucoup de gens, ce sont les éléments prédominants de leur image. Les gens observent la ville quand ils y circulent, et les autres éléments de l'environnement sont disposés et mis en relations le long de ces voies

#### Les limites :

Les limites sont les éléments linéaires que l'observateur n'emploie pas ou ne considère pas comme des voies. Elles servent de références latérales plutôt que d'axes de coordonnées. Ces éléments de limites, bien qu'ils prédominent probablement moins que les voies, jouent pour beaucoup de gens un rôle important de caractéristiques servant à l'organisation.

#### Les quartiers :

Les quartiers sont des parties de la ville, d'une taille assez grande, qu'on se représente comme un espace à deux dimensions, où un observateur peut pénétrer par la pensée, et qui se reconnaissent parce qu'elles ont un caractère général qui permet de les identifier. Cette identification est toujours possible quand on est à l'intérieur, et si les quartiers se reconnaissent du dehors, on les utilise à l'extérieur comme références. C'est de cette manière que, dans une certaine mesure, la plupart des gens structurent leur ville, avec des variations entre les individus suivant que se sont les voies ou les quartiers qui sont les éléments prédominants. D'ailleurs, cela ne dépend pas seulement, semble-t-il, des individus, mais aussi de la ville considérée.

#### Les nœuds :

Les nœuds sont des points stratégiques d'une ville, pénétrables par un observateur, et points focaux intenses vers et à partir desquels il voyage. Cela peut être essentiellement des points de jonction, endroits où on change de système de transport, croisement ou points de convergence de voies, lieux de passage d'une structure à une autre. Ou bien les nœuds peuvent être simplement des points de rassemblement qui tirent leur importance du fait qu'ils sont une concentration de certaines fonctions ou de certains caractères physiques. Certains de ces nœuds de concentration sont le foyer et le résumé d'un quartier, sur lequel rayonne leur influence, et où ils se dressent comme un symbole. Naturellement, beaucoup de nœuds participent à la fois aux deux natures : point de jonction et point de concentration. Le concept de nœud est lié à celui de voie puisque les points de jonction sont par nature des convergences de voies, des événements sur les trajets. De manière similaire, il est lié au concept de quartier, puisque les centres sont par nature les foyers intenses des quartiers, leur centre de polarisation. En tous les cas on peut trouver plusieurs points nodaux dans presque toutes les images, et dans certains cas ces nœuds peuvent être la caractéristique prédominante.

#### Les points de repère :

Les points de repère sont un autre type de référence ponctuelle, mais dans ce cas l'observateur n'y pénétrant pas, ils sont externes. Ce sont habituellement des objets physiques définis assez simplement : immeuble, enseigne, boutique, ou montagne. Certains points de repère sont des objets éloignés, dont la nature est d'être vus sous de nombreux angles et à des distances variées, dépassant le sommet des éléments plus petits, et servant de points de référence radiale. C'est le cas des tours isolées, des dômes dorés, des grandes collines.



### 2.1.3 Des manques à paliers

L'image d'une réalité physique donnée peut parfois changer de type quand varient les circonstances de vision. Aucun des types d'éléments que Lynch distingue n'existe dans la réalité à l'état isolé. Les quartiers sont structurés par des nœuds circonscrits par des limites, transpercés par des voies et parsemés de points de repère. Normalement, les éléments se chevauchent et se pénètrent les uns les autres. Si l'analyse de Lynch commence par séparer les données d'expérience en catégories, elle doit, pour terminer, les réintégrer dans l'image globale.

Mais Lynch ne prend en compte que les éléments de l'image se reportant principalement à des facteurs humains, construit par l'homme. Il conçoit que les paysages urbains évoluent dans le temps sous l'effet de l'action des êtres humains. Lynch passe très succinctement sur les éléments dits naturels, il ne les considère que comme points de repères. Dans son discours, les facteurs naturels composant le paysage urbain tiennent peu de place. Pourtant la définition du paysage utilisé dans sa mémoire tient compte de l'interrelations des facteurs humains et naturels. La Convention Européenne du paysage souligne également l'idée que le paysage forme un tout dont les éléments naturels et culturels (c'est-à-dire humains) sont considérés simultanément.

#### Le paysage

Le paysage désigne une partie de territoire telle que perçue par les populations, dont le caractère résulte de l'action de facteurs naturels et/ou humains et de leurs interrelations. Le terme paysage est donc défini comme une zone ou un espace, tel que perçu par les habitants du lieu ou les visiteurs, dont l'aspect et le caractère résultent de l'action de facteurs naturels et/ou culturels (c'est-à-dire humains). Cette définition tient compte de l'idée que les paysages évoluent dans le temps, sous l'effet des forces naturelles et de l'action des êtres humains. Elle souligne également l'idée que le paysage forme un tout dont les éléments naturels et culturels sont considérés simultanément. Cette définition n'est pas restrictive et prend en compte aussi bien les paysages dits « urbains » que « naturels ».

*Convention Européenne du Paysage.*

De plus, Lynch ne prend pas en compte les éléments historiques et ne met pas en avant les éléments patrimoniaux. Il ne les considère pas comme des éléments fort constituant l'image collective. Pourtant, le patrimoine est une notion essentielle, elle permet de fixer spontanément des valeurs sociales et l'appropriation des lieux. Les référents historiques et patrimoniaux ont néanmoins un rôle fort car ils permettent de :

- comprendre l'organisation du paysage
- renseigner sur l'origine d'images mentales collectives
- expliquer certains usages, ou leurs successions

De ce fait, il apparaît nécessaire de compléter les éléments composant l'image de la ville de Lynch, en y apportant deux autres notions :

- Les éléments naturels (aussi appelés, éléments du site géographique, liés à la morphologie naturelle originelle du lieu)
- Les éléments historiques et principalement patrimoniaux

Les éléments d'analyse évoqués dans la méthode de Lynch s'apparentent essentiellement au plan urbain et à sa morphologie. De ce fait, nous retiendrons pour caractériser le capital paysager urbain ces trois composants (le site géographique, les éléments patrimoniaux, la morphologie du plan urbain). Mais bien sûr comme l'a souligné Lynch même si l'on sépare les données dans un premier temps, c'est pour mieux, par la suite, les réintégrer dans l'image globale.



## 2.2 Les composants du capital paysager urbain

Le capital paysager urbain est complexe et fait appel à de divers notions. On peut distinguer 3 grandes composante de capital paysager urbain :

- Le site géographique, qui prend en compte la morphologie originel du milieu naturel sur lequel la ville s'est construite et se construit (coteaux, fleuve, plateau, colline, marais,...).
- Le patrimoine et les emblèmes urbain, qui représente les éléments bâtie ou site ayant une valeur patrimoniale forte et qui ont une grande importance dans la perception du paysage urbain (centre ancien, bâtiment emblématique,...).
- La morphologie du plan urbain, qui permet aux individus de se repérer et permettant la lisibilité des lieux.

Même si le capital paysager urbain peut se diviser en trois catégories, comme nous venons de le voir et qui vont être détaillées par la suite, ces catégories sont interdépendantes les unes des autres. C'est l'analyse complète et comparé des trois catégories composant le capital paysager urbain qui permet réellement d'établir sa composition.

### 2.2.1 Le site géographique

C'est à partir de l'analyse du milieu physique naturel, sur lequel est établi la ville, que doit se reposer l'étude du site géographique. Cette composante du capital paysager urbain est très importante pour la compréhension du système paysager urbain.

Il s'agit ici de voir comment et pourquoi la ville c'est installer sur un lieu précis, et de voir qu'elle sont les atouts (rempart naturelle grâce au bras d'un fleuve, point de vue sur le haut d'une colline,...) ou inconvénient (proximité d'un fleuve provoquant des crues, des coteaux abrupt propices aux glissements de terrain, ...) du site sur le quel la ville s'est installée.

Cette composante du capital paysager, doit être observé par le biais de l'histoire. Le paysage se modifie comme tout organisme vivant. Ses processus d'évolution ou d'involution se traduisent par des mouvements. Certains de ceux-ci se déroulent sur des rythmes temporels et cycliques qui ne sont pas de l'ordre de la durée de vie d'un individu. Ce sont les cycles lents qui correspondent à la formation des paysages naturels. Ils échappent totalement ou en partie à l'individu durant sa période de vie :

- Cycles géologiques
- Grands cycles climatiques et végétaux
- Cycles de civilisations

Mais aussi à des cycles moyens, qui correspondent aux grands cycles de la végétation, en général hors de porté de la durée humaine, et aux transformations du paysage par l'homme. L'agriculture, principale facteur de transformation des paysages par l'homme, sur des périodes de temps longues, dépasse parfois la durée de la vie humaine. De nombreux paysage ruraux, que l'on pourrait presque croire « naturels », ont en fait été façonnés par l'homme et sont restés stables pendant des siècles.

Les activités cycliques de l'homme en se modelant plus ou moins sur les phénomènes naturels impriment aussi des marques sur le paysage.





### 2.2.2 Le patrimoine et les emblèmes

Toute société, tout groupe social se caractérise par un ensemble de valeurs que partagent ses membres et qui font lien entre eux. Et toute société habille de formes concrètes ces valeurs qu'elle a faites siennes. Des lieux peuvent jouer un tel rôle de mise en forme. Ils deviennent alors des hauts lieux s'ils font l'objet de pratiques collectives, plus ou moins ritualisées, et si de fait ils sont l'objet d'expériences individuelles et collectives à forte résonance identitaire. Le haut lieu est donc à la fois une localisation géographique particulière, vécu comme étant singulière en raison de sa forte charge symbolique, et un lieu qui rend possible l'expression d'une adhésion individuelle à une idéologie collectivement partagée.

Le patrimoine, quand à lui, est un ensemble d'attributs, de représentations et de pratiques fixé sur un objet non contemporain dont est décrété collectivement l'importance présente intrinsèque (ce en quoi cet objet est représentatif d'une histoire légitime des objets de société) et intrinsèque (ce en quoi cet objet recèle des valeurs supports d'une mémoire collective), qui exige qu'on le conserve et le transmette.

L'existence d'un emblème territorial suppose que le lieu en question puisse fixer spontanément des valeurs sociales et l'appropriation des lieux. Il faut aussi que ce lieu soit à la fois mis en image, via une imagerie suffisamment homogène et normé pour qu'elle soit comprise, appropriable par le plus grand nombre et diffusable, et mis en langages verbaux. Car un emblème territoriale n'existe pas s'il n'est pas, via son « iconographie » et les discours et récits qu'elle autorise, médiatisable, comme un stéréotype spatial susceptible de faire sens pour le groupe humain. ( Lévy. J. Lussault. M. 2003 )

Le paysage urbain est soit composé en parti d'éléments patrimoniaux, d'emblème(s), voir de haut lieu, ou il est dans son ensemble, patrimoine, emblème ou haut lieu.

Patrimoine, emblème et haut lieu paysager font appel aux notions historiques. L'histoire permet de comprendre la formation et les référents sociaux et culturels qu'ils portent :

- L'histoire permet de comprendre l'organisation du paysage. Souvent différentes sociétés qui se sont succédées sur un sites ont laissé des aménagements divers dont parfois on ne connaît plus la raison d'être et qui n'ont plus de cohérence entre eux. L'histoire va permettre de comprendre la situation.
- L'histoire donne des informations techniques très utiles en particulier sur le système hydraulique, la nature et l'état du sous-sol, les risques naturels.
- L'histoire renseigne sur l'origine d'images mentales collectives qui créent des réflexes d'attachement ou de rejet parfois très forts à tel ou tel élément de l'espace : un arbre, une place, une statue, ... indépendamment de sa qualité propre.
- L'histoire peut aussi permettre d'expliquer les usages, ou la succession d'usages connus sur le site.

#### Patrimoine

Ce qui est censé mériter d'être transmis du passé, pour trouver une valeur dans le présent.

#### Emblème territorial

Fraction d'un espace, en général un lieu ou/et un monument, qui, par métonymie, représente et même signifie cet espace et les valeurs qui lui sont attribuées.

#### Haut lieu

Lieu qui exprime symboliquement, au travers de ses représentations et de ses usages, un système de valeurs collectives ou une idéologie.

*Lévy. J. Lussault. M.  
Dictionnaire de la géographie  
et de l'espace des sociétés.  
2003*

2.2.3 Morphologie du plan urbain

L'étude des tracés structurants apporte de nombreuses indication sur le paysage urbain et sa perception. Le parcellaire, les voies, les bâtiments, les murs de clôture, bref tout ce qui constitue les matériaux du paysage suit des orientations dont la représentation dessine un maillage. Ce sont des tracés principalement linéaires qui organisent ou parfois désorganisent le paysage, tel que les infrastructures routières (rue, avenue, boulevard, route nationale, autoroute, réseau ferrés et fluviaux). Cependant les nouveaux tracés qui ne s'insèrent pas dans la structure existante peuvent donner lieu à une nouvelle organisation de l'espace.

La trame viaire traduit l'organisation et le fonctionnement d'un site qu'il s'agisse d'une ville ou d'un terroir. Elle génère son évolution et en témoigne. Extrait de son contexte, ce réseau dessine des convergences, des ramifications où il convient de discerner et de hiérarchiser les différents axes de communication.

La trame est donc un support fondamental de l'organisation spatiale des zones qui sont destinées à être urbanisées progressivement. La trame viaire joue aussi un rôle important dans la perception du paysage, et est l'un des éléments fondateur des ambiances urbaine (notion d'ambiance qui a été abordé précédemment: Partie I, 2.2.2 ). Dans certain cas, la morphologie du plan urbain fait partie du patrimoine de la ville (tracé viaire des vieilles rues des vieux centres historiques,... ). Ces aussi grâce à la lisibilité du plan urbain que les individus se repèrent.

A l'échelle humaine, le promeneur voit des paysages diversifiés, note des détails sans forcément voir la structure organisationnelle de ceux-ci. Un plan urbain ordonné et souvent rectiligne permet aux individus de se situer facilement au cœur de la ville.

La trame viaire, en liaison avec le relevé du bâti et du parcellaire met en évidence certaine particularités du site. Le maillage induisant des directions de déplacements constitue l'armature paysagère traditionnelle de la ville : relation avec le centre, le fleuve ,... .

La morphologie du plan urbain est source de perspectives, d'angle de vue, elle permet de diriger le regard de l'observateur et voir de le guider dans son cheminement. Les perspective et angle de vue joue un rôle fort dans les ambiances et le ressenti du paysage, ainsi que dans la hiérarchisation des vues. La hiérarchisation des vues dépend de la syntaxe paysagère : les formes physiques des paysages que nous discernons constituent les éléments principaux d'une syntaxe pour la lecture des paysages. Lynch distingue comme éléments principaux de lecture de la ville : les voies, les limites, les quartiers, les nœud et les points de repères, point d'appel ou point focal. ( Lynch. K. 1960 ). Ces éléments spatiaux trouvent leurs correspondances dans les paysages non urbain.

La morphologie du plan urbain fait naître des séquences paysagères. Les séquences sont formées d'une suite de plans dans un ensemble, c'est en quelque sorte un arrêt dans une continuité. La perception de l'observateur fait à la fois le découpage et la cohérence séquentielle d'un paysage en établissant entre ces éléments des relations visuelles. La vitesse de déplacement détermine l'échelle des séquences, le défilement du parcours autoroutier en est un exemple. La notion de séquence se retrouve tant dans les grands paysages que dans les aménagements de détails. Une séquence est aussi un fragment de parcours, physique ou mental.

Les exemples picturaux, cinématographiques ou paysagers montrent à l'intérieur du champ de perception les domaines très différents où peut s'appliquer une lecture séquentielle.

Point d'appel

Dès qu'une image apparaît dans la zone périphérique, le regard est attiré par ce point d'appel, le fixe, puis balaie de façon rapide et saccadée les alentours. Il existe une hiérarchie des points d'appel en fonction de leur contrastes de lumière, de couleurs et de formes, c'est à dire de leur pouvoir attractif.

Point focal ou focalisation du regard

C'est le point d'appel dont l'attraction est la plus forte, le regard revenant se fixer naturellement dessus.

Loiseau.J-M. Terrasson. F. Trochet. Y.  
Le paysage urbain  
1993

Après avoir vu les composants du capital paysager urbain, nous alors désormais aborder comment synthétiser ces données et les réintégrer dans l'image globale.



## 2.3 Synthétiser les données pour repérer les éléments clefs de l'image paysagère

### 2.3.1 Caractériser spécifiquement ces éléments

Il s'agira ici de comprendre leur compositions et principalement la composition qui à permis de d'ériger ces éléments en tant qu'élément clef de l'image paysagère.

Pour les éléments compris dans la morphologie du plan urbain, se sont les éléments développés par Kévin Lynch qui seront utilisés :

- Les voies
- Les limites
- Les nœuds
- Les points de repère

Pour les éléments compris dans le site géographique les principaux points à prendre en compte sont :

- Le relief
- Les composants physiques (couleur, matière,...)
- La symbolique

Pour les éléments compris dans le patrimoine et les emblèmes urbain le point essentiel sera l'attachement aux valeurs et aux symboles véhiculés par les éléments historiques.

### 2.3.2 Recenser les éléments clefs récurrent de l'image paysagère au cours de l'histoire

L'image paysagère, comme l'image de la ville sont soumises à une construction lente. De nombreux éléments sont depuis de longue date considérés comme référent mental collectif, représentant l'identité de la ville. Il est important de se pencher sur l'évolution historique des éléments constituant l'image paysagère. La durabilité des éléments identitaires de l'image est souvent essentielle dans l'attachement collectif à la ville. Il est donc nécessaire de référencer les éléments historiques ayant permis d'ériger certains éléments en référent collectif.

Seront à prendre en compte :

- La naissance de l'objet ou de l'éléments
- Son édification en tant qu'élément identitaire
- L'évolution de sa représentation mentale
- Son évolution physique
- Les liens et leur évolution entre les divers éléments

### 2.3.3 Les localiser et les représenter cartographiquement

Les éléments comportés dans les composants du capital paysager urbain (site géographique, patrimoine et emblème, morphologie du plan urbain) ne sont que la matière première de l'image paysagère à l'échelle de la ville. Pour aboutir à « une forme satisfaisante », il faut les modeler ensemble. Dans un contexte réel, tous ces éléments agissent ensemble.

C'est grâce à l'élaboration de carte de localisation des éléments mis en évidence dans les composants du capital paysager que l'on sera plus apte à faire coïncider ces derniers pour obtenir l'image globale. Cette cartographie va permettre de modeler ensemble les éléments et de mettre en évidence leur chevauchement ainsi que les liens historiques et symboliques qui les rapprochent.





### III DES SITES COMPARABLES POUR ANALYSER L'IMAGE PAYSAGÈRE (APPLIQUER AUX VILLES AMIENS ET TOURS)

#### 3.1 Détermination du terrain d'étude

##### 3.1.1 Amiens et Tours, deux villes fluviales ...

Amiens est traversé par la Somme et la Selle, un de ces affluents. La Somme « nourrie » aussi de nombreux canaux situés dans le vieille Amiens, et les Hortillonnages de la ville. Quand à Tours, la ville est traverser par un fleuve qui à acquis une grande notoriété nationale et internationale de part son inscription au patrimoine mondial de L'UNESCO. Elle est aussi traversé par le Cher, un affluent de la Loire. Ces deux fleuves encadre le centre ville.

##### La Loire

Le plus long fleuve de France ; 1220 km pour un bassin de 120 000 km<sup>2</sup>. Née au mont Gerbier de Jonc. Elle rejoint l'Océan par un vaste estuaire remonté par la marée jusqu'à Nantes.

Le régime ligérien, très irrégulier (pluvio-nival jusqu'à Tours, pluvial en hivers après Angers), occasionne des étiages importants (48m<sup>3</sup>/s) ou des crues violentes (9800m<sup>3</sup>/s relevés à Orléans), la moyenne s'établissant à 875 m<sup>3</sup>/s.

##### La Somme

Fleuve côtier de Picardie, tributaire de la Manche ; 245 km. Né dans l'Aine, à Fontsumme, il arrose Saint-Quentin, Péronne, Amiens et Abbeville, débouchant dans la Baie de Somme par un delta.

*Encyclopédie Hachette Alpha*

##### 3.1.2 ... du grand bassin parisien

Amiens est la capitale régionale picarde, située dans le département de la Somme. Étouffée entre Paris et Lille, Amiens n'est qu'au 39e rang des unités urbaines française. Les 10 communes de l'unité urbaine ne totalisent que 161 000 habitants. L'aire urbaine amiénoise compte 220 000 habitants en 1999, soit 61 000 de plus qu'en 1962 et 5 500 de plus qu'en 1990.

Tours capitale de l'ancienne Touraine, est la préfecture de l'Indre-et-Loire. C'est également l'aire urbaine la plus peuplée de la région Centre, mais c'est Orléans qui est la capitale régionale. L'aire urbaine de Tours est forte de 369 000 habitants en 1999, soit un gain de près de 22 000 habitants depuis 1990. Elle se trouve ainsi au 16e rang national.

##### 3.1.3 ... utilisant leur capital paysager pour leur communication

Mais le fait le plus important que nous retiendrons pour le choix de ces deux villes est le fait qu'elles se soient toutes deux lancées à la même époque dans une politique de promotion de leur ville. Amiens et Tours ont développé à la fin des années 1980, au début des années 1990 une politique de promotion de leur image territoriale. Politique qui fait appel en partie aux notions paysagères pour vanter leurs cadre de vie, et leur dynamisme.

Ces campagnes promotionnelles vont être essentielle pour le déroulement de ce mémoire puisqu'elles vont nous permettre de se donner un point temporel de départ pour l'analyse de l'image paysagère. De plus, l'étude de ces campagne nous permettra de mieux cerner à un moment donné (début des campagne 1990) le positionnement des acteurs politiques face à l'image paysagère de leur ville. Éléments qui sera indispensable à la construction de ce mémoire et marquant la base de la méthodologie qui sera exposé par la suite.

### 3.2 Recherche axée sur l'image paysagère des centres villes

#### 3.2.1 Le centre ville porteur d'image collective

Les centres villes sont des lieux de concentration de multiples fonctions :

- Habitats
- Commerces
- Services
- Etc,...

En France, les centres villes ont su rester des emblèmes pour la ville. Il représente souvent son dynamisme et sont des points de convergence de nombreux flux. Les images portées par les centres sont souvent très importante pour l'identité de la ville. C'est aussi un lieux de passage quasi obligé, et largement fréquenté. De ce fait, les centres villes sont porteur d'images. Certaines de ces images vont se retrouver dans l'image globale que véhicule la ville.

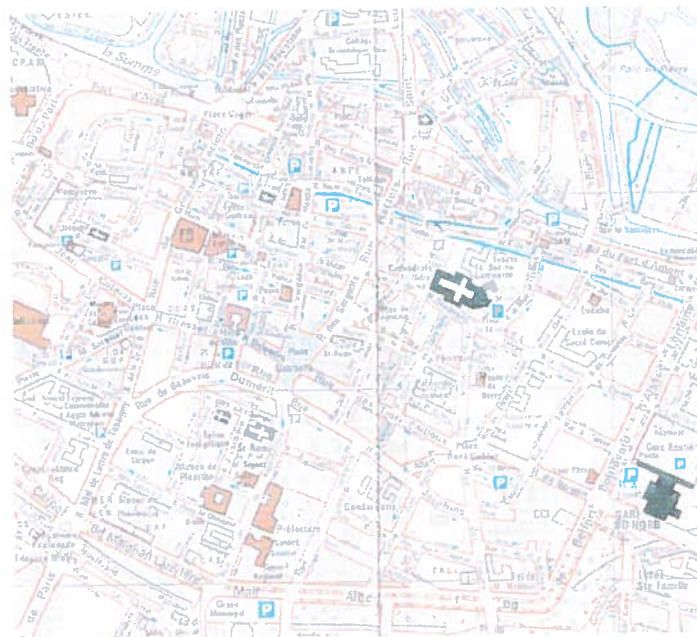
#### 3.2.2 Restreindre le champs d'étude

Pour effectuer ce mémoire, le champs d'étude va être réduit aux centres villes car :

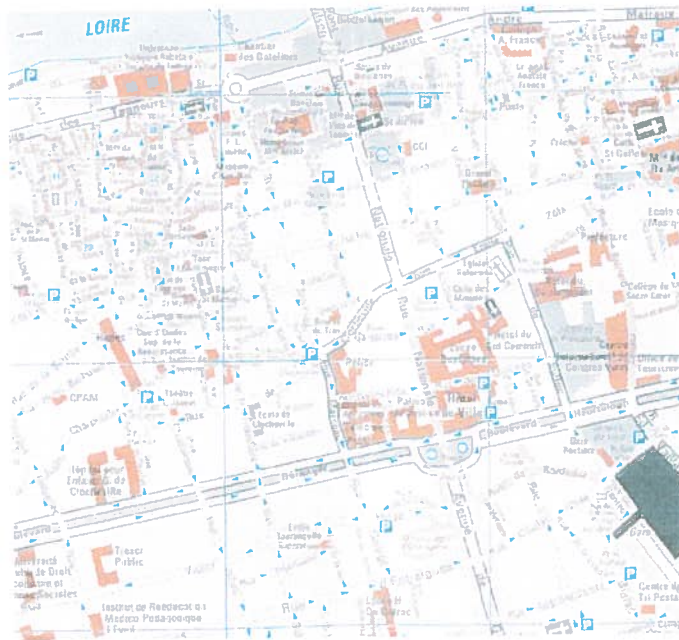
- se sont des lieux faisant l'objet de nombreuses études (cela facilitant les modalités de recherche, comme par exemple sur les éléments d'évolution historique ),
- leur forte fréquentation facilite l'édification de référents mentaux collectifs forgeant l'image de la ville
- ils sont souvent l'objet d'opérations d'aménagement
- ils sont « utilisés » régulièrement par les hommes politiques dans leurs discours sur la ville

#### 3.2.3 Le centre ville d'Amiens et de Tours

Centre ville Amiénois



Centre ville Tourangeaux



Les plan cartographique des centres villes d'Amiens et de Tours qui apparaîtront tout au long de ce mémoire sont tirés des édition Blay Foldex - Plan Guide Blay Foldex - Plan de ville - Amiens et Tours agglomération.

3.3 La nécessité d’avoir des sites comparables

3.3.1 Des éléments du capital paysagers similaires

On ne peut comparer que des éléments semblables. C’est pour cette raison que l’une des première étape méthodologique va être de trouver des sites qui comportent des éléments du capital paysager qui soient comparables. Pour ce faire, il semble nécessaire d’élaborer une grille comparative permettant de mettre en évidence des lieux qui par leur fonctions et leur rôle soit comparable. Celle-ci comprendra les trois points essentielles composant le capital paysager urbain (comme nous l’avons vu précédemment ).

3.3.2 Des sites comportant des opérations d’aménagement

De plus, pour confirmer ou infirmer l’hypothèse émise, il est nécessaire que se soit des lieux qui pendant la période d’étude retenu ( de 1990 à nos jours) est fait l’objet d’opérations d’aménagement du paysage. La définition retenue pour les opérations d’aménagement du paysage est la suivante.

**Aménagement du paysage**

Il comprend les actions présentant un caractère prospectif particulièrement affirmé visant la mise en valeur, la restauration ou le création de paysages. Cette définition se rapportant à trois expressions qui sont les principes d’action sur le paysage envisagés de manière dynamique et prospective :

- La protection des paysages, concerne les mesures prises dans le but de préserver le caractère et la qualité existants d'un paysage auquel les populations attachent une grande valeur du fait de sa forme naturelle ou culturelle particulière. Cette protection doit être active et s'accompagner de mesures d'entretien pour maintenir les aspects significatifs d'un paysage ;
- La gestion des paysages, concerne les mesures prises conformément au principe de développement durable pour accompagner les transformations induites par les nécessités économiques, sociales ou environnementales. Elles visent à assurer l'entretien régulier d'un paysage et à veiller à ce qu'il évolue harmonieusement et de manière à satisfaire les besoins économiques et sociaux. La gestion doit être dynamique et tendre à améliorer la qualité des paysages en fonction des aspirations des populations ;
- La conception de paysages, concerne le processus formel d'étude, de conception et de construction par lequel de nouveaux paysages sont créés de manière à répondre aux aspirations de la population concernée. Il s'agit d'élaborer de véritables projets d'aménagement, notamment dans les espaces les plus touchés par le changement et fortement dégradés (banlieues, zones périurbaines et industrielles, littoraux). Ces projets d'aménagement visent à restructurer profondément des paysages dégradés.

*Convention Européenne du Paysage.*

Il est utile de signaler ce qui doit être entendu, dans la formulation de l’hypothèse, par « volonté politique de mener des opérations d’aménagement du paysage ». Il sera retenu comme opération d’aménagement du paysage tout projet réalisé ou en cours de réalisation dont la formulation indique ou non, une intervention ou une influence sur le paysage. C’est à dire tout projet rentrant dans le cadre de la définition de « l’aménagement du paysage » fait par la convention européenne du paysage.

Pour obtenir des sites d’études comparables il va donc valoir que ceux-ci comportent des éléments composant le capital paysager urbain qui soit similaire et ayant fait l’objet d’opérations d’aménagement du paysage pendant la période d’étude prise en compte. C’est à partir du croisement cartographique (comme nous l’avons vu précédemment) que seront réellement déterminer les sites qui feront l’objet précis de cette recherche.



3.3.3 Grille comparative de détermination des sites d'étude

Capital Paysager Urbain	
Le site géographique	
Éléments topographiques (de surface)	Présence de reliefs fortement structurant dont la prédominance est importante dans les axes visuels de la ville (colline, mont, coteau, plateau...)
Composants physiques (linéaire)	Éléments dont la présence joue un rôle fort dans l'édification de la ville (fleuve, faille, ...)
Symbolique portée	Symboles portés par les éléments topographiques et les composants physiques
Le patrimoine et les emblèmes	
Ensembles bâtis anciens	Présence sur une partie de la ville de regroupement de bâtis dont l'anciennetés et l'architecture traditionnelle leur ont permis d'être reconnu comme ensemble patrimonial.
Bâtiments isolé à l'architecture emblématique	Bâtiments qui de part leur spécificité se dégage du reste du bâti environnant et qui sont reconnus en tant que tel comme emblèmes pour la ville.
Bâtiments publics d'importance	Bâtiments qui par leur fonctions et leur architecture sont devenu des points clefs représentant la vie public de la cité.
Symbolique portée	Symboles hiérarchisés porté aux divers ensembles bâtis patrimoniaux et emblématiques.
La morphologie du plan urbain	
Les voies	Les axes structurants qui de par leur fonctions, leur situations sont de grandes importances.
Les nœuds	Les lieux de convergences, de rassemblement, ou de différenciation entre deux sites distincts.
Les limites	Les barrières visuelles et/ou physiques marquant la diversité des ambiances et la distinction entre des lieux diversifiés.
Les points de repère	Les éléments qui de part leur hauteurs, leurs spécificité particulière sont des points de repère et de reconnaissance de la ville.

Pour déterminé des sites qui soit comparable cette grille sera élaboré simultanément pour les centres villes d'Amiens et de Tours. Pour facilité la lecture de celle-ci et relever les éléments du capital paysager incontournable, et entrant indéniablement dans la composition de l'image de la ville, cette grille fera apparaître grâce à un jeu de couleur une hiérarchisation selon le poids des éléments du capital paysager urbain entrant en ligne de compte dans l'image de la ville :

- Éléments qui joue un rôle dans l'image du centre mais qui ne sont pas contenu dans ce dernier
- Éléments ayant une place forte dans le capital paysager urbain mais ne connaissant qu'une reconnaissance collective faible
- Éléments essentiels dans l'image du centre

3.3.3 Grille comparative de détermination des sites d'étude

Opérations d'aménagement du paysage sur les composants du capital paysager urbain des centres villes d'Amiens et de Tours de 1990 à nos jours		
Éléments mis en évidence comme composants du capital paysager	Opérations d'aménagements (Période d'intervention)	Types d'opération
Le site géographique		
Le patrimoine et les emblèmes		
La morphologie du plan urbain		

Tout les éléments mis en évidence dans la grille d'identification des composants du capital paysager urbain seront repris dans cette grille :

- Éléments qui joue un rôle dans l'image du centre mais qui ne sont pas contenu dans ce dernier
- Éléments ayant une place forte dans le capital paysager urbain mais ne connaissant qu'une reconnaissance collective faible
- Éléments essentiels dans l'image du centre

Il semble important que les éléments ayant une place forte dans le capital paysager urbain mais ne connaissant qu'une reconnaissance collective faible. Ces derniers couplés avec des opérations d'aménagement du paysage pouvant être par la suite érigés en tant qu'éléments de l'image reconnu collectivement. Cela permettra de venir compléter l'argumentaire autour de l'hypothèse émise.

La colonne indiquant le types d'opération portera principalement sur les types référencé dans la définition des opérations d'aménagements du paysage énoncés par la Convention Européenne du Paysage :

- Protection
- Gestion
- Conception

Les éléments (composant du capital paysager et opération d'aménagement du paysage) ressortant des deux grilles d'analyse seront localisé cartographiquement. Cette cartographie devant permettre de faire ressortir les sites qui feront l'objet de la recherche. Les sites qui seront retenu devront :

- être présent dans le capital paysager urbain compris dans les centres villes
- comporter des opération d'aménagement du paysage
- être soumis aux même types d'opération
- de préférence être des opérations qui soient aujourd'hui terminées

## **PARTIE II**

### **Application de la grille comparative pour la détermination des sites d'études**

# I LE CAPITAL PAYSAGER DU CENTRE VILLE D'AMIENS ET DE TOURS (EN 1990)

## 1.1 Grille comparative du capital paysager

Les éléments mis en évidence dans cette partie sont tirés des écrits et recherches suivantes :

- Pour Amiens : De Robien, 1988 ; Brac de la Perrière, 1999 ; Association des professeurs d'histoire et de géographie régionale de Picardie, 1998 ;
- Pour Tours : Lussault, 1993 et 2001 ; Fresnault-Deruelle, Guedez, Lussault, Groupe EIDOS, 1992 ;

*Rappel de la signification du jeu de couleur :*

*Éléments qui jouent un rôle dans l'image du centre mais qui ne sont pas contenus dans ce dernier*

*Éléments ayant une place forte dans le capital paysager urbain mais ne connaissant qu'une reconnaissance collective faible*

*Éléments essentiels dans l'image du centre*

### 1.1.1 Composants identitaires du site géographique

Capital Paysager Urbain des centres villes en 1990		
	AMIENS	TOURS
Le site géographique		
Éléments topographiques (de surface)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le centre ville est installé au plein cœur de la vallée de la Somme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le centre ville est situé dans la vallée de la Loire et du Cher</li> <li>• Les coteaux marquent une rupture face à la vaste étendue plane du centre ville</li> </ul>
Composants physiques (linéaire)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Somme, fleuve traversant le centre ville d'est en ouest</li> <li>• De nombreux canaux sont présents à l'extrémité nord du centre ville et sont alimentés par le fleuve</li> <li>• D'autres canaux sont présents à proximité du centre (vers l'est), se sont les hortillonnages</li> <li>• La présence de l'Avre et de la Selle, deux affluents de la Somme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Loire, fleuve dit sauvage</li> <li>• Le Cher (affluent de la Loire), fleuve en partie canalisé principalement dans les parties traversant la ville</li> </ul> <p>Ces deux fleuves encadrent le centre ville, mais c'est la Loire qui est le plus associé au centre.</p>
Symbolique portée	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La principale symbolique portée par les éléments forts du site géographique est surtout la présence de l'eau.</li> <li>• Le fleuve par lui-même est beaucoup moins symbolique que la présence de l'eau. Ce sentiment est renforcé par la présence d'un grand nombre de zones humides à proximité de la ville et au sein d'elle-même.</li> <li>• Les hortillonnages sont un élément clef de l'image collective portée par la ville d'Amiens</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• C'est la Loire qui est porteuse de plus de symbole. Cela est renforcé par sa notoriété nationale et internationale qui lui est conférée.</li> </ul>



## 1.1.2 Les emblèmes patrimoniaux

Capital Paysager Urbain		
	AMIENS	TOURS
Le patrimoine et les emblèmes		
Ensembles bâtis patrimoniaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le quartier Saint Leu est composé de maisons basses d'allure médiévale (R+1 et combles), mais d'époque variées.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le vieux Tours est composé de petite maisons de villes R+3 et combles caractérisé par la présence de colombages et de briques de boulanger surtout sur la place Plumereau</li> <li>Les Prébendes</li> </ul>
Bâtiments isolés à l'architecture emblématique	<ul style="list-style-type: none"> <li>La cathédrale, classé Patrimoine Mondiale de l'Humanité à UNESCO</li> <li>La tour Perret, cette construction fut la plus haute tour habitée en Europe.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La cathédrale</li> </ul>
Bâtiments publics d'importance	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'hôtel de ville</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'hôtel de ville</li> </ul>
Symbolique portée	<ul style="list-style-type: none"> <li>La tour Perret fait partie des "utopies réalisées", réalisé par Perret lors de la reconstruction d'après guerre</li> <li>C'est le quartier Saint Leu qui porte le plus de symbole mais est loin de fédérer l'affectif collectif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>C'est le vieux Tours qui fédère le plus les représentations collective.</li> <li>C'est par la présence du jardin de prébende d'Oé et de la sobriété de son bâti, appelant aux calme que se quartier est devenu un référent collectif</li> </ul>

## 1.1.3 La morphologie du plan urbain

Capital Paysager Urbain		
	AMIENS	TOURS
La morphologie du plan urbain		
Les voies	<ul style="list-style-type: none"> <li>La rue des Trois Cailloux. Elle ne fut pas de tout temps la rue principale d'Amiens. Son tracé correspond à celui des remparts du XIIe siècle qui corsetaient la ville médiévale. De nombreuses modifications dans l'implantations des bâtiments, et la construction de la gare porte de Noyon vont lui conférer sa vocation commerciale et le statut d'axe principal de la ville.</li> <li>Les boulevards</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'axe central Tranché-Nationale-Grandmont a joué et joue toujours un rôle prépondérant. La voie nord-sud constitue, la « matrice harmonique » de Tours, un des fondement de l'image urbaine globale. Il est qualifié « d'épine dorsale », « de moelle épinière » de la ville.</li> <li>Les boulevards</li> </ul>
Les nœuds	<ul style="list-style-type: none"> <li>La Place Gambetta</li> <li>La Place Alphonse Fiquet</li> <li>La Place de l'Hôtel de ville</li> <li>La Place Léon Gonthier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La Place Jean Jaurès</li> <li>La Gare</li> </ul>
Les limites	<ul style="list-style-type: none"> <li>Espaces vides « créés » lors de la reconstruction, apparaissent comme des fractures dans l'espace urbain</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La Loire</li> </ul>
Les points de repère	<ul style="list-style-type: none"> <li>La cathédrale</li> <li>La tours Perret</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La cathédrale</li> <li>Le pont Wilson</li> </ul>

## 1.2 Quelques éléments historique justifiant l'image paysagère (évolution comparée Amiens/Tours)

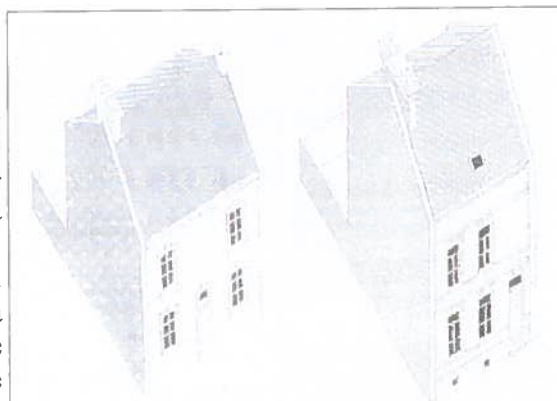
### 1.2.1 Les symboles récurrents des vieux quartiers

Que se soit à Tours ou à Amiens les vieux quartiers sont des composants important du Capital Paysager urbain. Le vieux Tours possède une plus grande notoriété que le quartier Saint Leu. Cela peu s'expliquer par le fait que le vieux Tours à fait très tôt l'objet de politiques de sauvegarde et de mise en valeur. Le quartier Saint Leu, ou s'entrelace les canaux et le bâti ancien, est quand à lui assez vétuste. Et n'a jamais fait l'objet de véritable opération de restauration et de sauvegarde. Seul les canaux, à la fin des années 1980, ont été en partis restauré.

#### Le Quartier Saint Leu :

Le quartier Saint-Leu, une sorte de petit Amsterdam avec ses canaux, entièrement refaits, ses ponts, ses maisons basses d'allure médiévale (mais d'époque variées) requinqué et pimpant, accueille artiste, antiquaires, artisans, restaurateurs, ... qui cherche et souvent réussissent à l'animer, en continuité avec le centre ville.

Vers 1990, ce quartier est toujours très insalubre et voir, la nuit, peu sécuritaire. Pourtant, il est un site identitaire pour les Amiénois. Cela est peut-être lié au ravage des bombardements de la dernière guerre qui détruit 60 % du centre. Saint Leu a été en grande partie épargné par celle-ci, et reste l'un des seul grand ensemble bâti ancien du centre ville. Ce qui lui vaut peut-être cette attachement identitaire important de la population Amiénoise, qui a perdu lors de la reconstruction une bonne part de sa typicité architecturale ancienne.



**Maisons typiques amiénoises encore présentes à Saint-Leu**

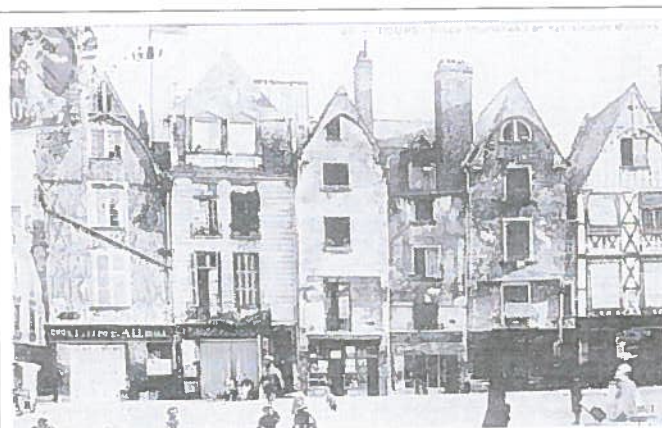
( Source : Association des professeurs d'histoire et de géographie régionale de Picardie )

#### Le vieux Tours:

Votée le 4 août 1962, la loi « Malraux » crée les « secteur sauvegardés », dont Tours est l'une des premières villes à se doter, avec Lyon, Chartres et Sarlas.

La politique de remise en valeur des périmètres anciens, constante depuis les années 1970, et qui s'étend désormais aux secteurs d'architecture traditionnelle fait la réputation tourangelle qu'il fallait revivifier après une phase de dégradation. ( Lussault. M. 2001)

Pour sauver les vieux quartiers, si attachants, les intégrer dans les fonctions de la vie moderne, rétablir la continuité historique de la cité, un véritable plan de sauvegarde a été mis au point. Rénover, c'est renouveler, c'est donner une nouvelle forme, une nouvelle vie aux anciens quartiers. Après une enquête économique, sociale et architecturale approfondie, un plan général divisé en îlots a été établi ; il distinguait nettement les immeubles à conserver de ceux qui allaient être démolis après avoir été acquis avec leur terrain par une société d'aménagement que fonda la ville. Les vieilles halles, espace insuffisant, toujours encombré, vont être rasées et feront place à un très vaste parking souterrain au-dessus duquel une galerie marchande, une maison des syndicats et une maison des sociétés seront bâties. La restauration vient compléter les effets de la rénovation. Une Société d'Economie Mixte est créée qui propose aux propriétaires de ces belles mais vétustes demeures de les aider à remettre leur patrimoine en état. ( Royer . J. 1977)



**Bâti de la Place Plumereau caractéristique du vieux Tours**  
(Source : carte postale ancienne)

### 1.2.2 L'évolution des axes urbains

La morphologie des axes urbains d'Amiens et de Tours sont très contrastés :

Amiens : Une trame viaire qui à peu hiérarchisée :

Qui se penche sur le plan du centre historique de la ville d'Amiens, circonscrite à l'intérieur de ses boulevards, remarque la largeur importante et trop régulière des rues. A l'exception des monuments qui orientent le passant et qui définissent les différents lieux de la ville, il est difficile de repérer une hiérarchie urbaine et, quoique les architectes de la reconstruction, en réalisant des édifices de briques sur les rues et de pierres sur les places en variant les hauteurs des immeubles, aient tenté de réintroduire cette dimension perdue dans les cendres, la ville continue de s'évaporer dans la dilatation excessive de ses voies. ( *Breitman. M, Krier. R. 1989* ) Voulant recréer une hiérarchie entre les axes viaires, une vaste opération de plantation fut lancée. Faisant contre mauvaise fortune bon cœur, la largeur des rues qui varie entre 10 mètres et 20 mètres, constitue un atout pour l'embellissement de la ville. Elle offre la place nécessaire pour planter des arbres d'alignement susceptibles de redonner aux rues l'échelle et le profil urbain d'un véritable centre. Et ceci dans une ville qui ne compte que la place René Goblet comme espace planté. Ainsi, privilégiant certains lieux par leur configuration et leur importance, comme l'axe commercial de la rue des Trois Cailloux, la place de la gare, celle de la mairie, la rue du Général Leclerc joignant le port aval le long de la Somme au boulevard Carnot, s'est élaboré un nouveau plan d'Amiens qui, dans l'ombrage verdoyant des platanes, retrouve une hiérarchie soulignant les grands axes constitutifs de la ville.

Malgré une volonté de hiérarchiser les axes urbains par l'implantation d'alignement arboré, ces axes sont dans l'image mentale des habitants loin de faire apparaître des prédominances. Seul la rue des Trois Cailloux se distingue légèrement grâce à la présence de commerces.

Tours : Un axe prédominant :

La constante, la cohérence, la puissance sociale de ce stéréotype mésologique poussent à l'utiliser comme élément valorisant dans les publicités pour Tours ou ses projets. Cela s'implique également à un autre champ important de cette « image préexistante » : la qualité de l'espace urbain. La forme –au sens large : paysage plus structure ( de Tours apparaît traditionnellement valorisée depuis la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle).

Il y a un stéréotype géométrique appliqué à la géographie investi à l'envi dans la description de la ville. Il marque la plupart des références au territoire de Tours, qu'il s'agisse de celles concernant les paysages ou celles évoquant la croissance urbaine. Les termes « harmonie », « clarté », « ordre », « ordonnancement », participent à ce champ lexical de l'équilibre appliqué à l'espace urbain. Il est sûr que, dans la création et l'importance de cette représentation, l'axe central Tranché-Grandmont a joué et joue toujours un rôle prépondérant, souvent, qualifié « d'épine dorsale », « de moelle épinière » de la ville. La voie nord-sud constitue, la « matrice harmonique » de Tours, un des fondements de l'image urbaine globale. ( *Lussault. M. 2001* )

Champ important de l'image de Tours: la qualité de l'espace urbain. La forme au sens large de la ville : paysage plus structure; Tours la ville bien bâtie: cette phrase synthétise l'essentiel des qualités de l'espace urbain. Dans les guides apparaissent: « [Tours] a le goût des perspectives sans fin (...), elle a le goût de la ligne sobre et n'admet l'opulence que dans les frondaisons de ses magnifiques arbres » (Boylesve). Paysage urbain se caractérise par la « géométrie, sa sobriété, sa mesure ». Leveel fait écho par cette affirmation: « le caractère parfaitement français de Tours qui plaît à ses visiteurs ».

« L'équilibre » du plan urbain crée chez les habitants un sentiment de repérage commode et rapide. « la ville bien bâtie » suggère l'ordonnance cartésienne, la traduction physique de principes spirituels. ( *Lussault.M. 1993* )



### 1.2.3 Les « jardins » éléments fort de l'image

#### Amiens: Les hortillonnages inscrit dans l'identité local:

Malgré sa présence en plein cœur de ville, la Somme n'est pas mise en valeur, la ville s'est depuis longtemps détournée de son fleuve. Au début des années 1990 (comme le met en valeur la grille comparative) seul les hortillonnages et la cathédrale sont des symboles pour la ville.

Les hortillonnages sont d'anciens « marais-jardins » composés à l'origine de 13 bras de la Somme et de fossés délimitant 300 ha de jardins qui s'étendent au " cœur " de l'agglomération amiénoise. Cet espace est entrecoupé de 55 km de rieux (petits canaux) que l'on peut découvrir en barque ou à pied depuis le chemin de halage.

Le développement du maraîchage est précoce, dès l'époque romaine, semble-t-il ; au moyen-âge, il est suffisamment développé pour figurer dans la sculpture profane de la cathédrale. Vouées à la culture maraîchère au Moyen Age, leurs terres fertiles assuraient une production importante qui alimentait directement Amiens et ses alentours, en partie grâce au marché sur l'eau. La majorité des nombreux hortillons arrivaient à bord de leurs barques à cornets ( « nez » relevé de la barque qui permet d'accoster et de descendre sur la terre ferme sans heurter les berges), pour mettre en vente les produits de leur culture. Florissant au début du siècle (on dénombrait 905 « cultivateur » en 1906), ce métier disparaît au fil du temps. Les jeunes ne poursuivent pas l'œuvre de leurs parents et grands-parents. Aujourd'hui on compte les hortillons sur les doigts d'une main.

Néanmoins, les hortillonnages d'Amiens reste un symbole identitaire fort pour la ville. Cela se prouve par l'implication de la population et les nombreuses associations liées aux hortillonnages :

- Syndicat intercommunal pour l'aménagement et la sauvegarde des hortillonnages
- Association syndicale des canaux d'hortillonnages
- Association pour la protection et la sauvegarde du site et de l'environnement des hortillonnages
- S.O.S. hortillonnages
- Association des chasseurs de gibier d'eau des hortillonnages

Ces associations ont aussi une vocation pédagogique et touristique, en organisant des visites de découverte du site. Plus que la symbolique liée au fleuve, les hortillonnages d'Amiens jouent un véritable rôle d'attachement identitaire pour la population.

#### Tours, Touraine : Jardin de la France

À côté de l'eau fluviale, qui jouit d'une position particulière par rapport aux autres composants du « milieu », le climat garde au sein de l'image une place presque intacte, depuis bien des lustres. Tours bénéficie ici de ce qui fait la réputation de la Touraine, « jardin de la France », dont elle est la capitale historique. (Lussault. M. 2001)

L'urbanité tourangelles a aussi depuis longtemps déjà capté ce rapport si particulier à la nature qu'est le jardin, et d'abord dans les jeux d'images et de mots. En Touraine, il était capital que la ville capitale fût d'abord celle du « jardin de la France », expression semble-t-il employée dès le XVe siècle, quand les rois, quelque peu nomades de château en château, civilisaient leur cour au jardin, dans une mise en scène déjà très urbaine. Cette image d'une cité précoce-ment urbaine, cultivée, éminente, a été constamment reprise et déclinée au fil des ans et des siècles. Les Prébendes, jardin public quasi central aujourd'hui, sont restées un certain temps en limite de la ville, dans ce nouveau quartier – dans le périurbain en quelque sorte-, et le botanique, pour lequel la limite communale avec la Riche Extra a été modifiée, n'a été englobé définitivement que plus tard encore.

La ville accueille depuis 1874, sur le boulevard Béranger, un marché au fleur. Depuis plusieurs générations d'horticulteurs se sont succédées. La tradition se poursuit toujours le mercredi et le samedi.

De plus La ville de Tours arrive en tête du classement des grandes villes françaises pour le nombre de mètres carrés d'espace vert par habitant : 6 m<sup>2</sup> (contre 2,5 à Rouen, 2,4 à Lyon, 1,3 à Marseille et 1,2 à Bordeaux)

En englobant le bois des hâtes et la forêt de Larçay on parvient au chiffre assez étonnant de 32 m<sup>2</sup> par habitant. (Royer. J. 1977)

Malgré cette réputation prégnante, les jardins tourangeaux apparaissent peu en 1990 dans le capital paysager urbain, seul les Prébendes d'Oé ont conduit le quartier l'accueillant à être un référent collectif. On peut remarquer qu'à Amiens, mais si les hortillonnages diminuent en surface, ils restent un site identitaire important.

### 1.3 Analyse des résultats de la grille

#### 1.3.1 Amiens : deux éléments essentiels de l'image paysagère

En 1990, Amiens ne comprend que deux éléments important forgeant son image paysagère :

- La cathédrale
- Les hortillonnages

Les autres éléments du capital paysager urbain reste secondaire, même s'ils sont des éléments auxquels une partie de la population est attachée. Le point à retenir pour l'image paysagère d'Amiens est que celle-ci ne comporte pas d'éléments liés à l'espace public et aux ensembles bâtis. Ces derniers ne sont que des éléments secondaires. Ce manques de reconnaissance collective est peu être lié au traumatisme subi par l'architecture « bétonnière » de la reconstruction et du faible intérêt de la municipalité envers ces espaces.

#### 1.3.2 Tours : des composants paysagers multiple mais en désaccord avec sa réputation

L'urbanité tourangelles a aussi depuis longtemps déjà capté ce rapport si particulier à la nature qu'est le jardin, et d'abord dans les jeux d'images et de mots. Cette image d'une cité précocement urbaine, cultivée, éminente, a été constamment reprise et déclinée au fil des ans et des siècles. Pourtant les jardins mis à part celui des Prébendes, n'ont que peu de place dans le capital paysager de la ville et dans son image.

Pourtant cette réputation reste très prégnante et l'on souhaite la valoriser, comme l'on peut l'observer :

- Dans l'hebdomadaire Télrama décrivait tours dans ces termes : Nom: Tours, Surnom: capitale du jardin de la France. La Touraine est réputée pour la douceur de son climat, la richesse de sa terre, la qualité de ses produits ». (Lussault. M. 1993). La ville accueille depuis 1874, sur le boulevard Béranger, un marché au fleur. Depuis plusieurs génération d'horticulteurs se sont succédées. La tradition se poursuit toujours le mercredi et le samedi.
- La ville de Tours arrive en tête du classement des grandes villes française pour le nombre de mètre carrés d'espace vert par habitant : 6 m<sup>2</sup> (contre 2,5 à Rouen, 2,4 à Lyon, 1,3 à Marseille et 1,2 à Bordeaux). En englobant le bois des hâtes et la forêt de Larçay on parvient au chiffre assez étonnant de 32 m<sup>2</sup> par habitant. (Royer. J. 1977).
- Les jardins s'y privatisent à l'image de l'espace public, qui se restreint. Pourtant la maîtrise urbaine à Tours n'a jamais capitulé. Elle s'affirme même de plus en plus paysagère dans le mouvement des idées qui agitent l'urbanisme et la ville. Au cours des années 1980, on assiste même à la reprise des grands projets. La place de la Gare. Deux paysagistes, Yves Prunier et Isabelle Auricoste, signent une création contemporaine à Tours d'un Paysagement de la ville.

Mais il n'en reste pas moins que les éléments essentiel de l'image paysagère de la ville en 1990 sont :

- La Loire
- L'axe central Grandmont-Nationale-Tranchée
- La place Jean Jaurès
- La cathédrale
- Le vieux Tours

## 1.3.3 Les opérations d'aménagements de 1990 à nos Jours

Cette étape permet de mettre en évidence les sites qui seront retenus pour effectuer la suite de ce mémoire. Les sites et éléments qui n'ont pas fait l'objet pendant cette période d'opérations d'aménagement du paysage seront mis à l'écart (case restée blanche), ainsi que les sites où un projet d'aménagement est en cours mais dont la réalisation n'a pas commencé et n'est pas terminé (case colorié en bleu). Les opérations commencées à une date antérieure et dont la réception c'est effectuer lors de cette période seront aussi mis à l'écart (case colorié en mauve). Seront donc retenus des sites compris dans une même catégorie du capital paysager urbain, ayant fait l'objet d'opérations d'aménagement du paysage pendant la période considérée, et appartenant à une même typologie urbaine (même fonction).

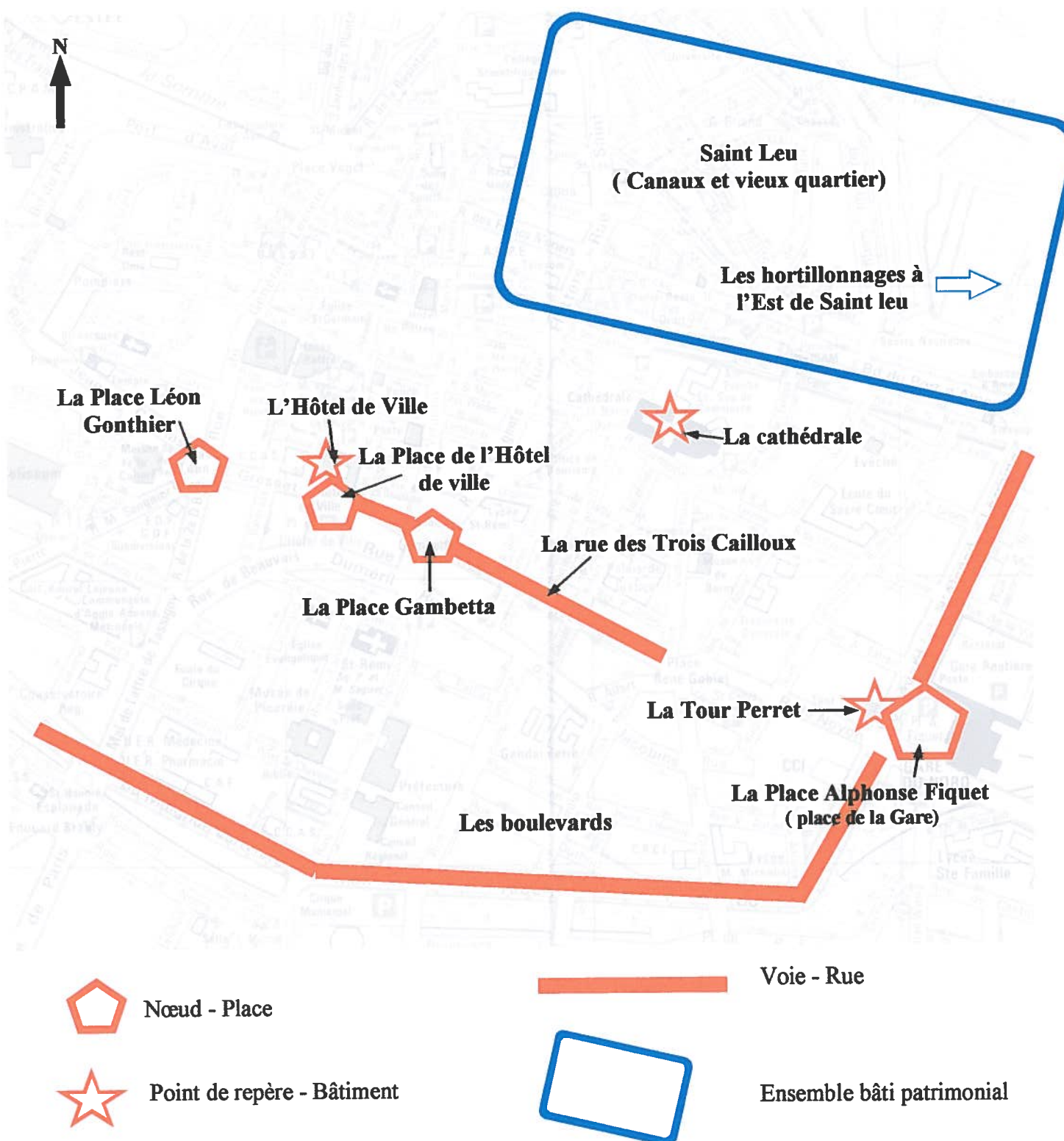
Opérations d'aménagement du paysage sur les composants du capital paysager urbain des centres villes d'Amiens et de Tours de 1990 à nos jours		
Ville	Éléments mis en évidence comme composants du capital paysager	Composition des opérations d'aménagements
<b>Le site géographique</b>		
Amiens	La Somme	
	Les canaux (de Saint Leu )	Restauration des canaux
	Les hortillonnages	
Tours	La Loire	Maillage pédestre
<b>Le patrimoine et les emblèmes</b>		
Amiens	Le quartier Saint Leu	Mise en valeur de l'espace public , piétonisation
	La cathédrale	Mise en lumière (spectacle nocturne)
	La tour Perret	Ravalement de façade (projet à venir)
	L'hôtel de ville	Ravalement de façade, ouverture sur l'espace public
Tours	Le vieux Tours	Piétonisation
	Les Prébendes	
	La cathédrale	Mise en lumière
	L'hôtel de ville	
<b>La morphologie du plan urbain</b>		
Amiens	La rue des Trois Cailloux	Espace public
	Les boulevards	
	La Place Gambetta	Espace public
	La Place Alphonse Fiquet (gare)	Espace public ( projet à venir)
	La Place de l'Hôtel de ville	Espace public
	La Place Léon Gonthier	
Tours	La Place Jean Jaurès	Espace public, mise en valeur urbaine
	L'axe central Tranché-Nationale-Grandmont	Espace public, mise en valeur urbaine, piétonisation
	La Place de la Gare	Espace public. mise en valeur urbaine
	Le pont Wilson	

Pour terminer la détermination de sites comparables, l'étape cartographique est nécessaire, nous permettant de mieux juger les interrelations des sites considérés avec le reste de leur environnement urbain.

## II DÉTERMINATIONS DES SITES D'ÉTUDE COMPARABLES

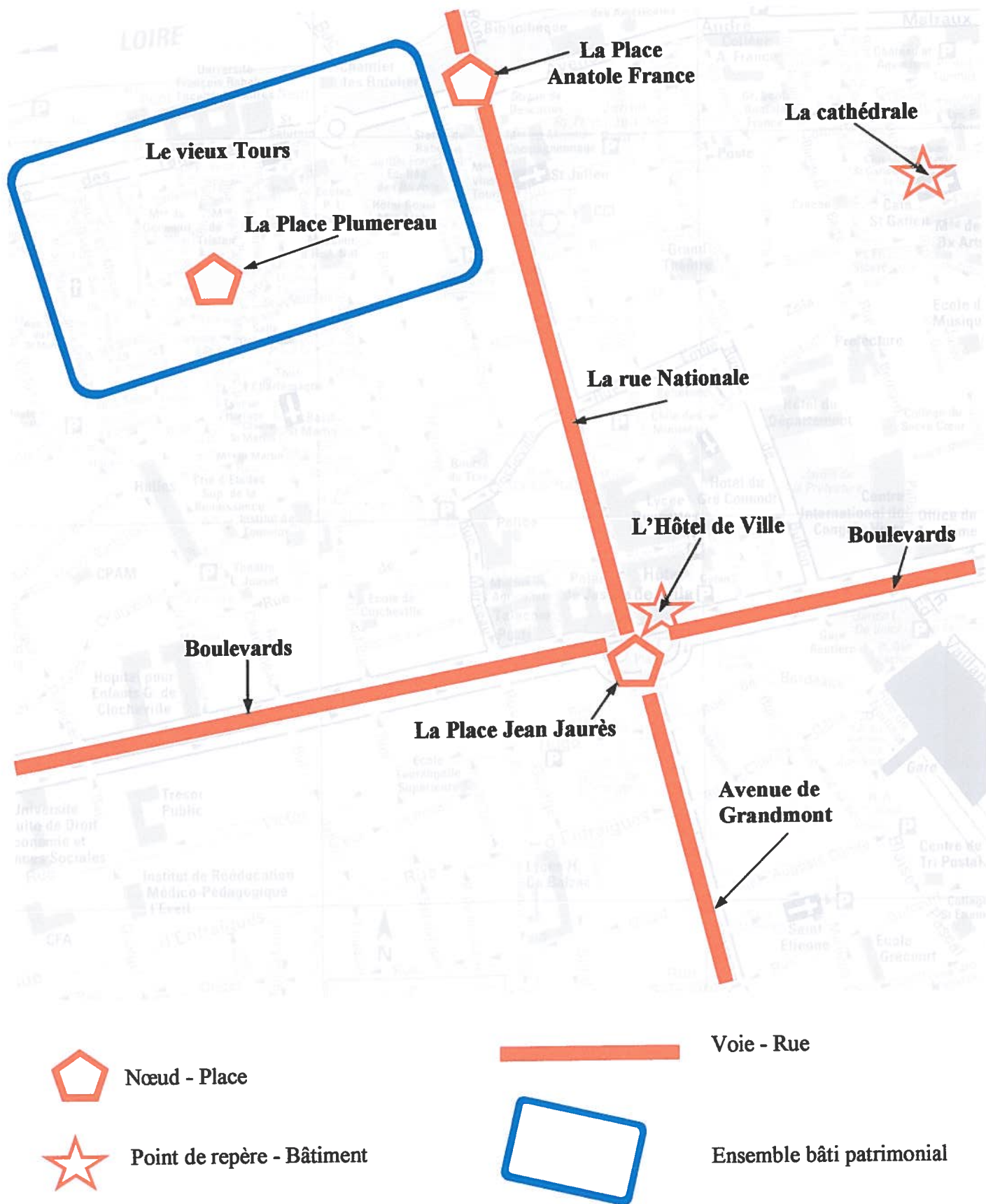
### 2.1 Cartographie comparative du capital paysager urbain et des opérations d'aménagement

#### 2.1.1 Quelques éléments du centre ville d'Amiens

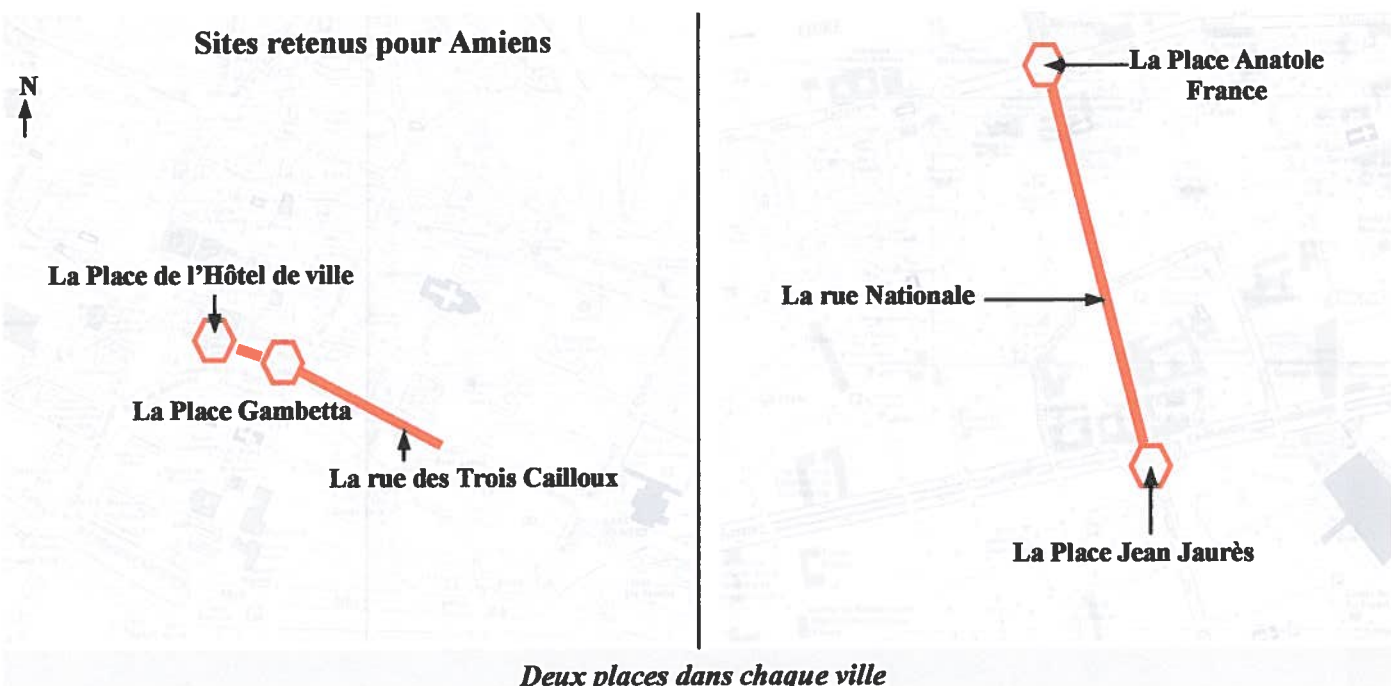




2.1.2 Quelques éléments du centre ville de Tours



## 2.1.3 Mise en évidences des sites d'études similaires (Amiens/Tours)

Deux places dans chaque villeJustification des choix :**La Place de L'Hôtel de ville d'Amiens**

- Elles sont toutes deux des composantes du capital paysager urbain
- Elles sont toutes deux des composantes de la morphologie du plan urbain
- Elles comportent toutes deux des opérations d'aménagement du paysage pendant la période considérée
- Elles sont situées à l'entrée d'un axe urbain entrant dans la composition du capital paysager
- Elles comportent toutes deux la présence d'un édifice public emblématique (Hôtel de ville)

**La Place Gambetta**Justification des choix :**La Place Jean Jaurès (Place de L'Hôtel de ville) à Tours****La Place Anatole France**

- Elles sont des composants du capital paysager urbain
- Elles sont des composantes de la morphologie du plan urbain
- Elles comportent toute deux des opérations d'aménagement du paysage pendant la période considérée
- Elles sont situées sur un axe urbain entrant dans la composition du capital paysager

Un axe urbain dans chaque villeJustification des choix :**La rue des Trois Cailloux**Justification des choix :**La Rue National**

- Elles sont des composants du capital paysager urbain
- Elles sont des composantes de la morphologie du plan urbain
- Elles comportent toute deux des opérations d'aménagement du paysage pendant la période considérée

2.2 Composition des lieux d'étude retenus en 1990

2.2.1 Places majeurs

AMIENS

Place de L'Hôtel de Ville



Place Gambetta



Ses deux places sont caractérisées par :

- Un espace dévolu essentiellement à la voiture (Seul l'espace central de la Place Gambetta comporte un espace dévolu aux piétons)
- La présence de commerces
- Des façades noircies par le temps

Ces places sont de véritables nœuds routiers du cœur de ville, ce qui nuit à la mise en valeur des façades commerciale. Se sont des espaces très conflictuelles entre les divers modes de transports et leurs rapports avec les piétons.

TOURS

Place Jean Jaurès



La place Jean Jaurès est l'une des grandes place Tourangelle. C'est sur cette place que trône l'hôtel de ville.

Cette place à la forme d'une demi lune s'ouvre du nord au sud sur l'axe majeur de Tours : Rue Nationale-avenue de Grandmont et d'est en ouest sur les boulevards.

Ces axes divise la place en deux quart de cercle, dont l'espace est quasi dévolu à la mise en scène des bâtiments environnant ( pelouse, fontaines et parterres de fleurs).

Les espaces strictement piéton sont de large trottoire le long du bâti et autours des espaces vert. C'est l'espace dévolu à la voiture qui est l'élément dominant de ce véritable nœud routier.

Quelques commerces, bar-brasseries se sont nichés sur les arc de cercle.

La place Anatole France


Cette place se trouve à l'extrémité nord de la rue nationale. Elle s'ouvre largement sur le pont Wilson et les berges de Loire.

De forme rectangulaire, elle offre un grand espace « vide » dévolu aux piétons.

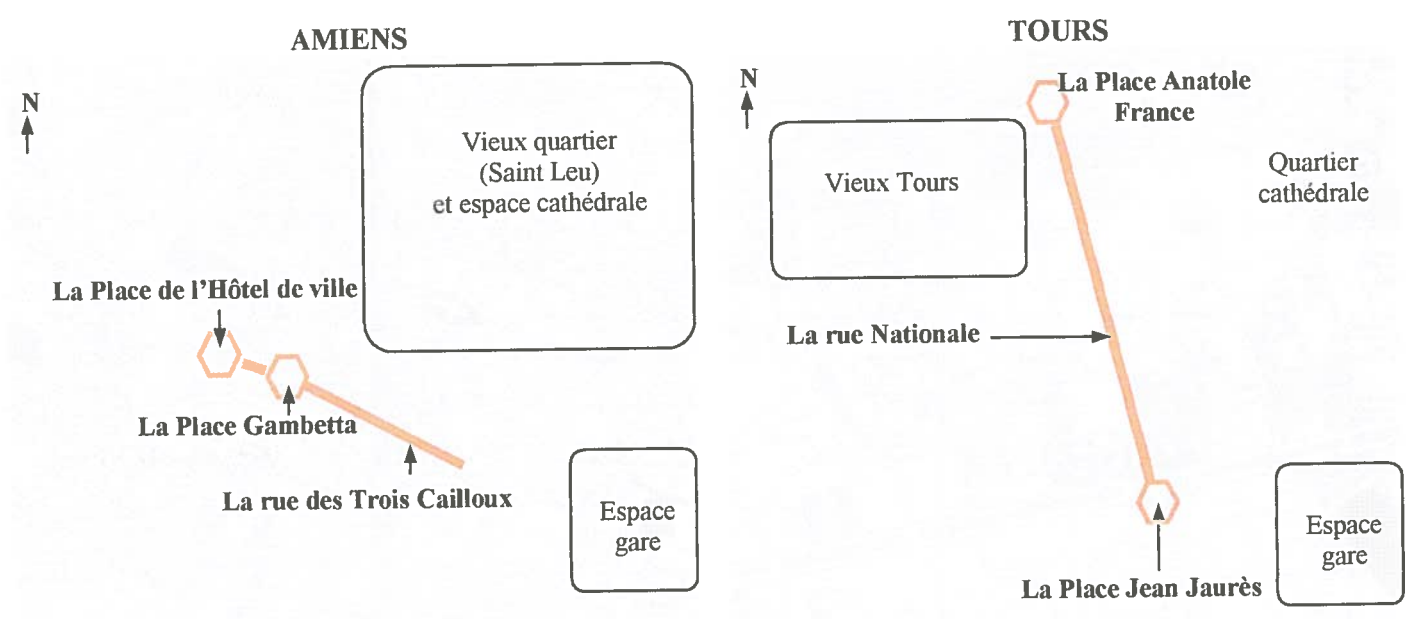
Il n'y a quasiment pas de commerces, c'est principalement un lieu de passage.

2.2 Composition des lieux d'étude retenus en 1990

2.2.2 Axes urbains

AMIENS	TOURS
<p><u>La Rue des Trois Cailloux</u></p> <p>La piétonisation des rues du centre ville à commencée rue des Trois Cailloux : Ce n'est qu'en 1987 que la majorité du Conseil Municipal a enfin décidé la mise en place d'un projet de piétonisation de plusieurs rues du centre d'Amiens (Trois cailloux) Avec une seule rue interdite aux voiture, Amiens fait figure de parent pauvre parmi les grandes villes françaises de l'époque.</p>	<p><u>La Rue Nationale</u></p> <p>C'est l'un des axe Tourangeaux les plus connu et les plus fréquenté. Elle a toujours été associé à l'idée : « Tours : la ville bien bâtie ».</p> <p>De nombreux commerces sont situé de part et d'autre de le rue.</p> 

2.2.3 Des sites imbriqués



Comme nus pouvons le remarquer sur ces deux cartes, les place retenu pour faire l'objet de ce mémoire ainsi que les deux axes urbains (rue des Trois Cailloux et rue Nationale) sont étroitement imbriqués.

On peut aussi remarquer que les sites retenu se trouve à proximité ( à Amiens comme à Tours ) du centre ancien et de l'espace gare.



## 2.3 Lieux complémentaires pour l'étude

### 2.3.1 Des différences d'évolution des vieux quartiers

Amiens et Tours ne se sont pas préoccupées de leurs centres anciens aux mêmes périodes. Tours est une ville fait office de précurseur dans ce domaine. Grâce sa politique de remise en valeur des anciens noyaux (voir partie II 1), trouvant une partie de ses justifications dans la traditionnelle réputation tourangelle qu'il fallait revivifier, la qualité architecturale se réaffirme fortement, après une phase de dégradation, comme emblématique de la ville. Cette redynamisation, est bien sensible au sein des représentations individuelles où le paysage urbain et patrimoine sont dans l'ensemble bien qualifiés comme le souligne les recherches effectuées par Michel Lussault au début des années 1990. Un questionnaire réalisé par se dernier montre que le Vieux Tours obtient respectivement 65% et 76% d'opinion très favorables ou favorable, reconnaissant ce quartier comme un emblème de la ville.

En revanche, le quartier Saint leu d'Amiens est loin de fédérer autant d'opinions positifs. Les opérations de mise en valeur et de sauvegarde sont beaucoup plus tardives. Elles datent du début des années 1990 et de 1997/2000 pour les opérations menées sur le Sud de ce quartier et englobant la cathédrale, ce qui lui valu le nom d'opération ZAC Cathédrale.

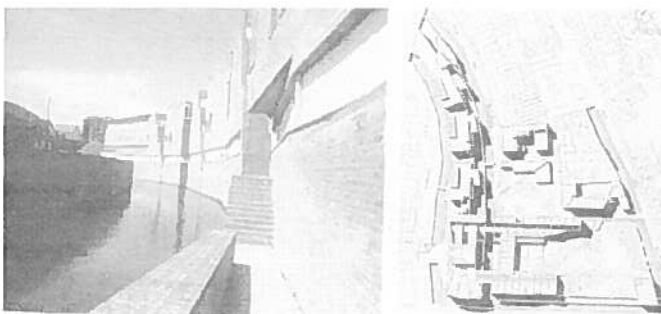
Cette forte différence de périodicité ne nous permet pas de fonder le raisonnement qui va suivre sur ces sites, mais leur prise en compte sera essentiel dans la suite du mémoire.

#### Fiche projet du centre ancien Amiénois

##### Saint Leu :

Ce projet avait pour but que :

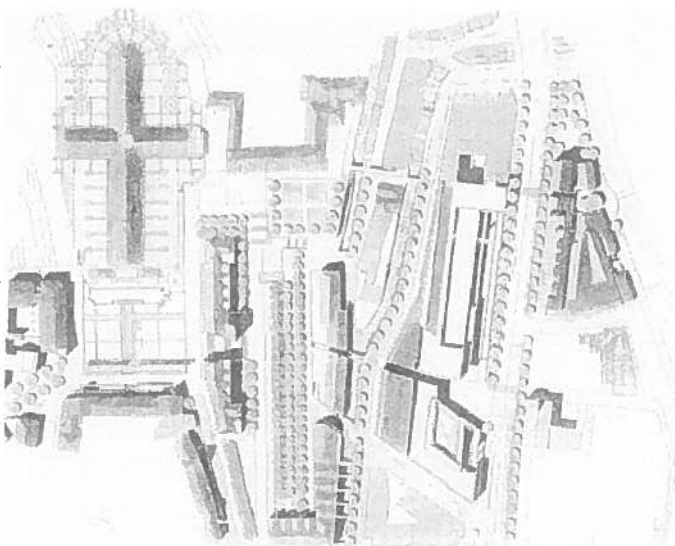
- L'université située à St Leu doit jouer un rôle intense ; au lieu de paraître repliée sur elle-même elle doit se développer horizontalement et se disperser dans le quartier : c'est la condition d'un brassage intellectuel comparable à l'irrigation des canaux.
- La pénétration des bras de la Somme dans la ville, doit être remise en valeur telle le rôle des Tanneurs ; l'élément liquide doit jouer un rôle accru et prolonger les hortillons jusqu'au pied du centre ville, tout en préservant les cheminements pionniers.
- La mise en valeur du bâti et le développement de ce site comme espace de flâneries



Source des illustrations : Mairie d'Amiens

##### ZAC Cathédrale :

Le projet de ZAC cathédrale commencé par Robert Krier (1983-1987) est refusé et jugé trop historiciste, la ville confie à Bernard Huet (consultation de 1989) la tâche de dénouer l'écheveau complexe qui entremêle, autour de ce magnifique monument gothique, la topographie, l'histoire, les projets. Pour recoudre les morceaux de ville déchirés, il choisit de « puiser dans l'histoire ce qui peut l'être », y compris dans l'histoire récente : autour de la cathédrale, il met en valeur l'aménagement réalisé par Dufau à la Reconstruction et dessine une deuxième place, antichambre du parvis, destinée à associer les différents éléments existants. Le long du canal, il conçoit des logements et, sur le parvis Nord, le projet d'Institut du monde gothique défendu par la Ville prend forme (marché de définition en 2001). Il sera aussi réalisé un restaurant universitaire (une partie de l'Université étant situé au si-



### 2.3.2 Les quartiers « gares »

Les secteurs gares d'Amiens et de Tours connaissant aussi un fort décalage temporelle entre les opérations d'aménagement. La Place de la Gare de Tours a été réaménagée à la fin des années 1990. Puis le Palais des Congrès de Jean Nouvel, le Vinci, qui s'est imposé, dès son inauguration en 1993, en face de la gare. Au cours des années 1980, le réaménagement de la Place de la Gare et la création du Palais des Congrès sont un réel grand projet pour la ville. Deux paysagistes, Yves Prunier et Isabelle Auricoste, sont intervenu sur la place de la Gare et signent une création contemporaine à Tours et d'un Paysagement de la ville.

La Place de la Gare d'Amiens, appelé Place Alphonse Fiquet n'a pas été réellement réaménagé, seul une opération a été réalisé au cours des années 1980. Mais cette dernière ne s'est penchée que sur le fonctionnement de la voirie. La place Alphonse Fiquet est une place ordonnancée sur un mode classique plutôt brutaliste d'inspiration italienne qui fait explicitement référence aux grandes places des villes du Nord. Une opération d'aménagement de grande envergure est prévu dans les années à venir, où sera réalisé le projet de Claude Vasconi.

#### Fiche projet de la Place Fiquet d'Amiens

Architectes : Van de Wyngaert (sommets de la tour Perret); C. Vasconi (place de la gare)

Aux abords de la gare, le parvis, « qui n'a de place que le nom » aux dires du maire, est un lieu inachevé, désorganisé, dysfonctionnel, manquant de lisibilité. Sa recomposition a pour objectif de le rapprocher du centre, le muer en pôle attractif à l'identité affirmée, créer une dynamique et, bien sûr, organiser un nœud multimodal. La multiplicité des intervenants et des enjeux (y compris écologiques en raison des risques d'inondation) explique la complexité des débats. Entre aussi en ligne de compte la symbolique d'un lieu où se cristallise l'ambivalence des sentiments qui animent les Amiénois vis-à-vis de leur cité, de la guerre, de la Reconstruction.

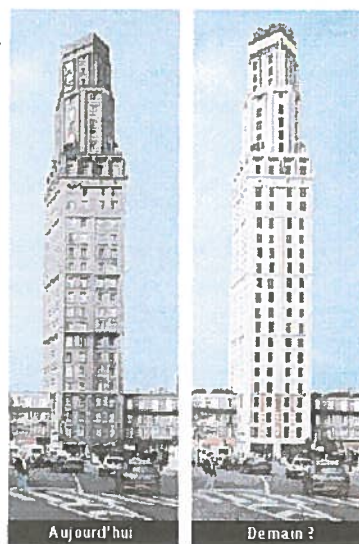
Depuis les appels d'idées lancés dès 1990, de nombreux concepteurs ont participé à la réflexion, en particulier Jean-Marie Duthilleul, François-Xavier Legenne, Bruno Fortier... De consultations en appels d'offres, les options se précisent. Paul Chemetov, choisit pour écrire le projet urbain du quartier, conduit la ZAC gare - La vallée. La place de la gare sera remodelée par Claude Vasconi. Monument emblématiques, la tour d'Auguste Perret va être achevée par Thierry Van de Winghaert, avec une horloge lumineuse en forme de sablier en verre qui traverse ses quatre derniers niveaux.

**Projet Claude Vasconi pour la place de la gare dénommé Place Alphonse Fiquet, rebaptisé « Espace Auguste Perret »**



Sources des illustrations :

Mairie d'Amiens





### 2.3.3 Nature en ville

Avec l'élection de Germain succédant à Royer, la ville de Tours se tourne de plus en plus sur le fleurissement de la ville. On peut même considérer que, via le plan d'embellissement qu'il a lancé, Jean Germain a particulièrement activé les représentations du « milieu naturel » pour justifier, notamment, la politique de fleurissement, de réhabilitation des espaces publics, de réaménagement ou/et de création de jardins et de parcs. Un constat initial fondait cette démarche : « Tours est une belle ville, mais la qualité des espaces urbains s'est dégradée sous l'ère Royeriste car Jean Royer était plus sensible aux grands geste urbanistiques qu'au traitement fin des lieux publics et des jardins (Germain) ». Mais le fleurissement de la ville insérer dans le plan d'embellissement recoupe les opérations d'aménagement menées sur la rue National (et le reste de l'axe Nord-Sud) et sur les places retenues pour ce mémoire. C'est pour cette raison que le fleurissement de la ville sera évoqué conjointement avec les opération faissant l'objet de ce mémoire.

L'un des projets phare pour la ville d'Amiens est la réalisation du Parc Saint-Pierre, qui à pour but d'offrir un lieux de détente, de verdure et de tranquillité en plein cœur de ville, mais surtout de faire renaître une cohésion (pour effacer les fracture laissé béante depuis la reconstruction d'après guerre) entre le centre ville et les quartiers situés au Nord. Désormais, à la suite du Parc Saint-Pierre, du square Saint-Denis et de la plantation des entrées de la ville (au total, ce sont 4006 arbres qui ont ainsi été plantés), le Plan d'Action Municipal prévoit le lancement d'un grand concours paysager, pour développer la place de l'arbre et du végétal dans la ville. La ville est loin d'offrir les conditions idéales de développement et de survie des arbres. La fin des travaux de la rocade offre en outre une chance inespérée de faire reculer la place autrefois consacrée à l'automobile au profit des arbres.

#### Mise en scène végétale pour la place de la gare de Tours

##### Fleurissement :

Maîtres d'ouvrage : Ville de Tours

La politique de fleurissement s'appuie sur le plan d'embellissement, instrument de le « reconquête », qui donne au à la végétalisation une place cruciale. Tout d'abord, par le fleurissement la ville souhaite affirmer le caractère indispensable de la relation de l'individu aux éléments naturels, ce que les espaces verts sont censés permettre. Parallèlement, cela insiste sur la qualité esthétique et les capacités de créer de nouveaux paysages qu'apportent le fleurissement, le développement des plantations, les parcs et jardins.

Les plans de plantation utilisés pour mettre en scène le végétal en ville, s'inspirent des éléments mis en avant lors des festivals organisés à Chaumont.

#### Le parc Saint-Pierre : mettre la ville d'Amiens en scène

##### Parc saint-Pierre:

Maîtres d'ouvrage : Ville

Paysagiste : Jacqueline Osty

Livraison : 1994

Au cœur d'Amiens, la paysagiste Jacqueline Osty a conçu un parc « ancré dans le territoire poétique du fleuve et de son labyrinthe d'eau ». À l'intérieur du parc, elle crée une « chevelure d'eau » reliée aux hortillonnages, ce paysage où fusionnent le fleuve et les champs découpés en longues lanières. De grandes promenades le traversent d'est en ouest et du nord au sud. Chaque lisière, chaque interface du parc avec la ville, reçoit un traitement différencié. Ainsi devient-il un élément de liaison urbaine, partie prenante du projet global.

III MÉTHODE

3.1 Une méthode en deux temps

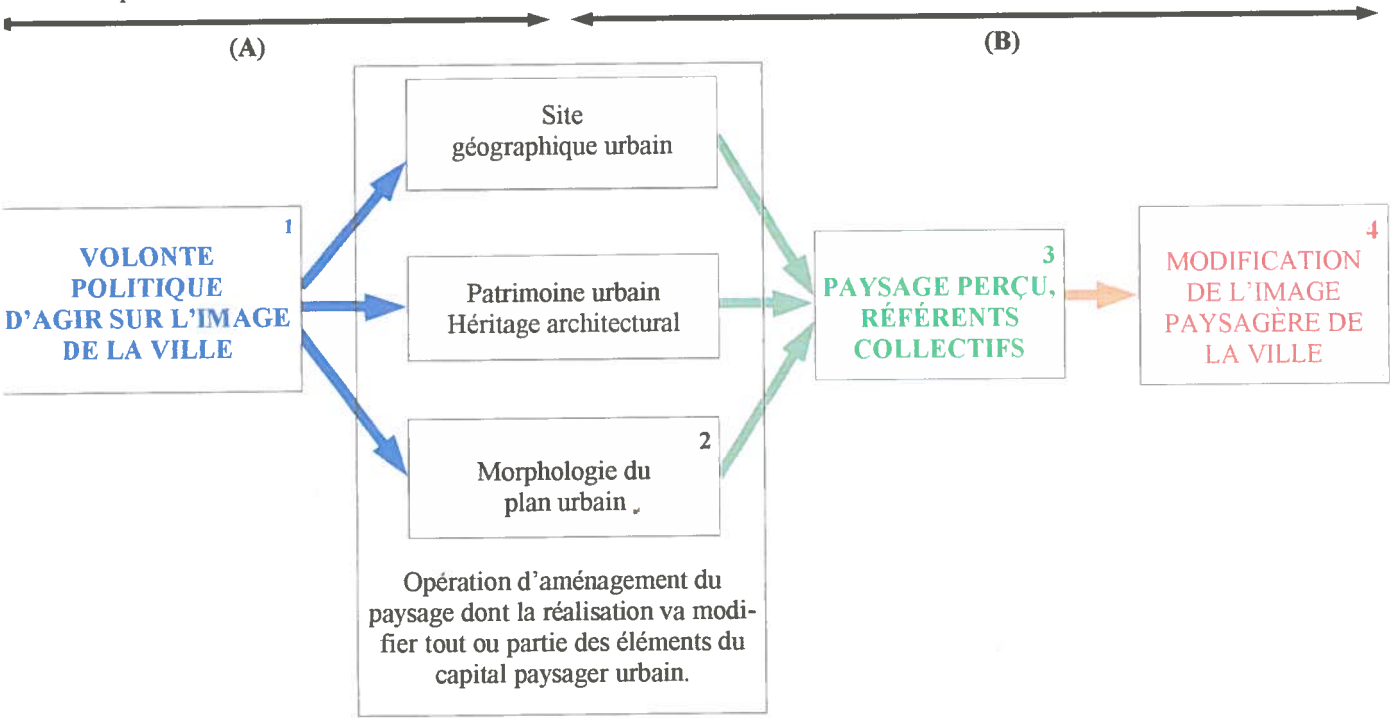
3.1.1 Confirmer ou infirmer l'hypothèse

*Hypothèse:*  
*L'image paysagère est évoluée quand les opérations d'aménagement du paysage sont impulsées par une volonté politique direct d'agir sur l'image de la ville.*

- Justifié si :
- Les acteurs ont dans un premier temps une volonté d'agir sur l'image de la ville, qui se traduit par la suite en actions d'Aménagement du paysage
  - Il y a une volonté de maîtriser la relation entre l'image et la qualité de la ville
  - Cette volonté et ces actions ont permis d'influencer et/ou de modifier l'image paysagère entre T0 et T1 de façon positive et avec peu de diffraction
  - Le sentiment identitaire et l'appropriation des lieux et de la ville par les habitants est plus forte qu'en T0
  - Existe un lien fort qui a été créé/ou qui a été amélioré au sein de l'image interne

3.1.2 Représentation schématique

Schéma représentant l'imbrication des éléments soutenant l'hypothèse émise



Les sites retenus pour effectuer la recherche de ce mémoire sont des éléments compris dans la morphologie du plan urbain. La schématisation va donc être réduite aux éléments numéroté ci-dessus, même si d'autres éléments du capital paysager urbain vont compléter l'argumentaire de ce mémoire.

3.3.1 Deux axes de recherche entrelacés

1. La volonté politique de mener des opérations d'aménagement du paysage (A)
2. L'impact des modifications apporté par les opérations d'aménagement sur l'image paysagère (B)





### 3.2 Déterminer le positionnement des acteurs politiques et la volonté de mener des opérations d'aménagement

#### 3.2.1 Présentation

Pour déterminer le positionnement des acteurs dans l'image paysagère promue, en terme de capital identité, on va effectuer un parallèle entre les images paysagères utilisés dans la campagne publicitaire et le capital paysager de chacune des villes. Ceci dans le but de voir si les instigateurs des campagnes publicitaires ont utilisés des éléments paysagers reconnu de manière interne et externe à la ville en terme de capital paysagers.

*Cette partie sera basé en grande partie sur les éléments mis en valeur par Noisette et Vallérugo (1996)*

Dans un second temps, nous nous attarderons sur les impacts des opérations d'aménagement sur l'image paysagère de la ville. Pour mettre en évidence cela, c'est la légitimité reconnue par les citoyens face aux volontés politiques qui sera en partie abordée.

#### Les légitimités

**Efficience technique et cohérence politique :** la crédibilité tient à ce que ceux auxquels elle s'adresse y verront à la fois un fondement reconnu et une justification acceptée de l'action de la municipalité. L'existence d'une vision partagée de la ville autorise une relation active entre le pouvoir politique local et les citoyens, les acteurs économiques et institutionnels vers lesquels il est également tournée.

#### 3.2.2 Comprendre le positionnement des acteurs politiques dans l'image promue en 1990

Cette compréhension passe par quatre points essentiels :

- **Le contexte**  
**Positionnement de l'image par rapport à la symbolique que l'on veut véhiculer.** Le positionnement caractérise en même temps une identité et le contexte dans lequel on la définit. Il y a là des concurrences et des solidarités à jouer, dont la ville doit prendre toute la mesure.
- **La capacité d'échange**  
Le positionnement s'attache aux mouvements réels plus qu'aux apparences formelles : la présence de telle ou telle autoroute importe moins que l'histoire des échanges auxquels la ville a participé, et que ses motifs actuels d'échanger.
- **Les contraintes et aptitudes**  
**Forces et faiblesses, Variables d'environnement et variables internes :** l'environnement économique, institutionnel et géographique de la ville apporte des contraintes et aptitude qu'il faut reconnaître et apprécier, contraintes irréductibles ou atténuables, contraintes contournables ou négociables, contraintes pouvant être retournées en opportunités...
- **Les distorsions**  
**Réalités et images :** la distorsion, en optique, ce sont les manques de similitude entre l'image et la réalité. Il s'agit ici de confronter la réalité des situations et des pratiques avec les représentations que les personnes concernées en ont (habitants, chefs d'entreprises, opinions extérieures...).

#### 3.2.3 Analyser le discours politique lié aux opérations d'aménagement

Cette analyse va principalement s'effectuer par la lecture des journaux municipaux et sur les discours publics tenu par les principaux acteurs politiques Amiénois et Tourangeaux ; ainsi que sur les recherches déjà effectuées sur ces deux villes.

L'analyse doit permettre de voir si la volonté de mener des opérations d'aménagement du paysage est liée à une volonté d'agir sur l'image paysagère de la ville. Elle doit aussi permettre de révéler ou non si ces volontés cherchent à faire évoluer de façon positive cette image.



### 3.3 Juger si ces volontés ont permis de faire évoluer l'image paysagère

#### 3.3.1 Les indicateurs qualitatifs

Indicateurs mis en évidence par Kevin Lynch :

- Les nœuds
- Les limites
- Les voies
- L'inscription dans le quartier

Autres indicateurs à utiliser conjointement avec ceux mis en évidence par Kevin Lynch :

- Les ambiances (effet visuel)
- Les symboliques ressortant de l'aménagement
- Repartitions de l'espace suivant les divers fonctions allouées

#### 3.3.2 Les limites

Il est difficile pour vérifier l'hypothèse émise de se fier uniquement à des indicateurs qualitatifs.

Pour obtenir plus d'objectivité dans la méthode d'étude utilisée, des indicateurs quantitatifs vont être nécessaires. Ces derniers permettront d'appuyer le raisonnement.

#### 3.3.3 Les indicateurs quantitatifs

Ces indicateurs se réfèrent aux sentiments identitaires des habitants et à leur fréquentation des lieux

- L'évolution du prix de l'immobilier (principalement basé sur des entretiens téléphoniques avec des agences immobilières et des offices notariaux d'Amiens et de Tours)
- L'évolution du nombre de commerces
- L'évolution des types de commerces

## **PARTIE III**

**L'image paysagère évolue t-elle  
positivement quand les actions d'aménage-  
ment du paysage sont impulsées par une  
volonté politique directe d'agir sur l'image  
de la ville ?**

---

## I VOLONTÉ POLITIQUES ET IMAGE PAYSAGÈRE

### 1.1 Présentation des campagnes de communication

#### 1.1.1 Amiens : le choix de la publicité comparative

La spectaculaire campagne de publicité comparative qu'a réalisée le Comité d'Expansion de la Somme fut une première dans l'univers de la communication publique locale. Amiens a orienté sa campagne publicitaire sur trois principaux visuels nommés :

- Colombia ou Amiens ?
- Montpellier ou Amiens ?
- Amsterdam ou Amiens ?

C'est sur cette dernière que nous allons plus particulièrement nous pencher, puisque c'est par l'affiche « Amsterdam ou Amiens ? » que la ville « vend » son capital paysager.

Chacun de ces visuels est accompagné d'un texte exposant les qualités des deux villes comparées. Bien sûr en vantant les qualités amiénoises qui s'entant rivalisé avec des villes qui comptent une plus grande notoriété.

Montpellier *ou* Amiens ?



Colombia *ou* Amiens ?



Source des illustrations : Comité Expansion de la Somme

Amsterdam *ou* Amiens ?



**AMSTERDAM** Capitale du royaume des Pays-Bas, située à 550 km de Paris. Population : 714 000 Amstellodamois dont 5 % d'étudiants. Elle est célèbre pour ses longs canaux déployés concentriquement au cœur de la ville, et pour ses quais bordés d'entrepôts et d'hôtels particuliers des XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles.

**AMIENS** Capitale de la Picardie, située à 1 h 15 de Paris. Population : 136 000 Amiénois dont 20% d'étudiants. Elle offre 62 km de cours d'eau et de canaux, des étangs et un grand parc urbain. Dans le cœur historique de la ville, les quais de la Somme aux maisons typiques bordent la plus belle cathédrale gothique, inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO.



### 1.1.2 Tours : une communication diverse

La ville de Tours décida en 1988 de se doter d'une stratégie globale de communication. C'est en 1989 que la ville dont Jean Royer est le maire s'offrait une campagne de promotion tout autant destinée aux Tourangeaux eux-mêmes (communication interne) qu'aux non-Tourangeaux (communication externe).

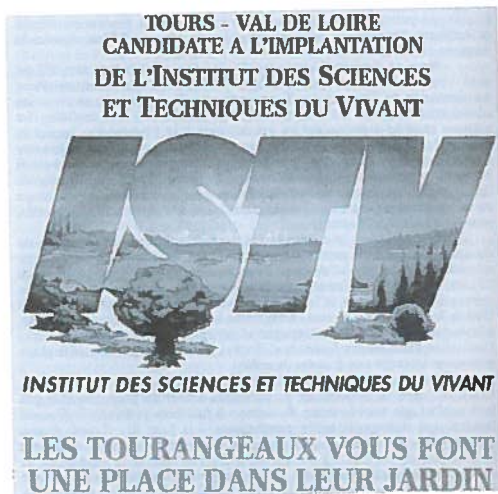
Il a été retenu pour ce mémoire trois volets de la communication impulsé par la ville de Tours :

#### « TGV : Paris à 55 mn... Tours vient de faire un grand pas » :

Cette publicité fut élaborée par l'agence Diamant Vert à l'été 1990, et diffusée à partir de septembre 1990. Cette publicité a été élaborée sous la forme d'une affiche (ayant une double destinée: communication externe et interne), mais aussi insérée dans la presse nationales et municipale.

Ce visuel était accompagné du texte suivant :

« Septembre 90, le TGV Atlantique renforce la position de Tours comme carrefour de l'Ouest Européen. Notre ville ne se contente pas d'être une des villes les mieux desservies de France. Centre International de Congrès haut de gamme, quartier d'affaires de part et d'autre de la gare TGV, technopôle autour de l'Université et des École d'Ingénieurs et de Commerce, Téléport et centre International de Transport et de Logistique seront ses nouveaux atouts. Pour Tours, faire un pas, c'est bien, en faire plusieurs, c'est avancer vraiment. »



Source des 3 visuels de communication de Tours :

#### « Tours-Val de Loire Candidate à l'implantation de ISVT » :

Cette publicité a été élaborée sous la forme d'un dépliant, mais aussi dans la presse nationale. Ce visuel était exclusivement destiné à la communication externe de la ville, fut associé dans la presse à la publicité « TGV : Paris à 55 mn... Tours vient de faire un grand pas ». Le dépliant fut très largement diffusé, à l'automne 1990, lors de la campagne soutenant la candidature de Tours à la localisation de ISTV.

#### « En Touraine, ça fait un moment qu'on donne leur chance aux grands architectes » :

Cette publicité a été élaborée lors de la construction du Palais des Congrès de Tours : le Vinci. Le texte suivant accompagnait ce visuel :  
« Conçu par Léonard de Vinci, Chambord, perle de nos châteaux, est un des nombreux exemples de la longue passion de la Touraine pour « le bel ouvrage ». Pour-suivant la tradition, Tours a confié à Jean Nouvel, l'un des plus brillants architectes français, la conception de son Centre International de Congrès et d'Affaires. A 55 minutes de Paris par le TGV qui rentrera pratiquement dans le hall, il pourra accueillir des manifestations nationales et internationales dès la fin de l'année 1992. Par ce nouveau défi, Tours justifie son ambition de ville dynamique présente au plan mondiale. A Tours, douceur et ardeur de vivre vont de pair. »

Ces publicités furent destinées à divers cibles.



### 1.1.3 Les cibles

#### Cibles de la communication Amiénoise :

Cette campagne n'affiche pas directement de cible particulière, même si elle est plutôt prédestinée implicitement aux chefs d'entreprise et cadres. Elle a fait l'objet d'une vaste campagne d'affichage sur les murs du métro parisien fin des années 1980, début des années 1990.

La cible visée, les chefs d'entreprise y apparaît segmentée en fonction de ses diverses lectures du territoire, de quelques-uns de ses critères de choix (environnement urbain, environnement industriel et formation supérieure). La campagne décline les avantages qu'il n'est pas nécessaire de rechercher ailleurs un par un, puisqu'ils sont réunis à Amiens !

#### Cibles de la communication tourangelles

« TGV : Paris à 55 mn... Tours vient de faire un grand pas » illustre la campagne de publicité menée dans la presse nationale et figura dans le supplément spécial –co-édité par la mairie de Tours– du quotidien régional la Nouvelle République du Centre Ouest, destiné à vanter aux « décideurs » parisiens, à qui on le distribua gracieusement, la candidature de la ville à l'accueil de ISTV, donc fonctionna, là, en tant que support de communication externe. Elle fut reproduite au dos du bulletin municipal N°33 de décembre 1990 et connut une forme intra-urbaine, en étant placardée sur les panneaux d'information municipale. Ces panneaux sont destinés avant tout aux piétons

La communication externe vise par ces trois visuels à attirer des investisseurs, parisiens ou non, des touristes, ... . Cette campagne de publicité s'adresse donc à un vaste public extérieur à la Touraine. Mais cette campagne vise aussi les habitants de Tours.

## 1.2 Positionnement des acteurs politiques face à l'image paysagère de 1990

### 1.2.1 Lecture et analyse de l'image paysagère promu dans les campagnes de communication

Amiens veut faire connaître ses atouts, en les valorisant et en mentionnant implicitement qu'elle aussi peut se permettre de se positionner de la même manière, voir mieux que d'autres villes mondiales sur le vaste marché des villes. De plus elle n'oublie pas de mentionner sa principale qualité qu'est sa proximité de la capitale française, Paris.

La communication amiénoise fait donc honneur aux règles d'or de la communication urbaine externe en visant implicitement les chefs d'entreprise et cadres. Mais prend aussi le risque de ne pas mentionner directement à qui est destinée ces visuels. De plus le Comité d'Expansion de la Somme prend un autre risque en s'affichant quasi exclusivement sur les murs du métro parisien.

#### Environnement urbain et qualité de la ville : Amsterdam ou Amiens ?

Le chef d'entreprise pressé (en est-il de dolents pour les publicitaires ?) devrait préférer quasi inconsciemment « 1h15 de Paris » à « 550 km » la question n'est même pas de savoir s'il est effectivement plus facile ou plus rapide d'aller à Paris depuis Amsterdam : c'est le choix de l'unité de mesure qui joue seul ici, un choix conforme aux références caricaturales de l'homme d'affaire en ce qui concerne Amiens, volontairement décalé pour Amsterdam. Un tel



artifice se retrouve également dans la description du patrimoine : « les longs canaux déployés concentriquement au cœur de la ville » et « les entrepôts et hôtels particuliers de XVII et XVIIIème siècles » devraient faire d'Amsterdam une belle endormie contrairement aux « 62 kms de cours d'eau et de canaux » d'Amiens, vision chiffrée donc « moderne » et dynamique de la mémoire urbaine.

La capital Amiénoise a choisit d'utiliser comme l'on peut le voir ci-dessous d'orienter ce visuel sur :

- Le patrimoine architecturale typique de l'amiénois
  - Les canaux fluviaux qui parcourent le centre ancien de la ville
  - Le patrimoine architecturale emblématique de la ville : la cathédrale, et sa reconnaissance mondiale : UNESCO
- Les espaces vert et naturel de la villes et ses alentours : étangs, parc urbain

### Une communication utilisant les emblèmes patrimoniaux

La publicité Tourangelles utilise principalement les emblèmes patrimoniaux comme base de communication :

- Château de Chambord, emblème architecturale et historique d'ampleur national
- Place Plumereau, emblème des vieux quartier historique de Tours
- La Tours Eiffel, emblème Parisien et national, qui associé à la place Plumereau, pour vendre la proximité de la capital.
- Les jardins Tourangeaux, rappelant l'idée « Touraine, jardin de la France »

Le palais de congrès, qui inscrit cet édifice dans une continuité historique d'innovation architecturale. Avec l'utilisation du château de Chambord. « Il ne s'agit pas, affirme-t-on, de l'audace gratuite et provocatrice, mais de la tranquille assurance de l'innovation à la fois annonciatrice des cadres futurs et réaffirmant son ancrage dans les préceptes irremplaçables d'une tradition, comme l'avait fait en son temps l'Humanisme de la Renaissance » (Lussault. M. 1993)

Le dépliant soutenant la candidature de Tours à la localisation de ISTV, montre la place importante accordée aux données du milieu. Il est aussi écrit que Tours offre « qualité de vie sur le plan culturel, patrimonial, paysager, climatique même, qui lui vaut une renommée mondiale sous les qualificatifs de « jardin de la France », de vallée des Rois ou de « Loire valley » » (Touraine Économie, novembre 1990).

Ces trois visuels que nous venons d'abordé sont « signé » par le nouveau logo que la ville de Tours vient de se créer. En d'octobre 1988, un nouveau logo a été créé pour les besoins de la campagne publicitaire, et à la forme très inspirée du blason, s'imposera et se généralisera sur tous les médias officiels. Le logo est associé au slogan suivant :

« A Tours la matière grise prend des couleurs ».

C'est toujours la ville qui colore, donc valorise, les choses - de la qualité de vie - . Le logo vise à l'emblématique minimale : un arc en ciel, qui rappelle le slogan « la matière grise prend des couleurs », le nom de la ville, ainsi qu'une tour crénelée, reprise du blason traditionnel et créant un jeu d'association avec le toponyme, inscrite dans un quadrillage qui évoquerait, lui, l'harmonie et l'équilibre urbains.



Tableau comparatifs sur le positionnement des acteurs politiques dans l'image promue en 1990

	AMIENS	TOURS
<b>CONTEXTE :</b>  <b>Positionnement de l'image par rapport à la symbolique que l'on veut véhiculer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volonté de se positionner en tant que concurrente par rapport à d'autres grandes villes</li> <li>• Utiliser les référents historiques-patrimoniaux pour susciter la qualité de vie traditionnelle à de pas de la capital</li> <li>• Jouer sur l'eau (éléments naturel), parc et espaces verts toujours pour mettre en avant le bien être et la qualité de vie grâce à la présence de la nature en ville</li> <li>• Montrer que le patrimoine amiénois est de grand intérêt et reconnu internationalement par le biais de l'inscription de la cathédrale comme patrimoine mondiale de l'humanité (UNESCO)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Tours Eiffel, emblème Parisien et national, qui associé à la place Plumereau, pour vendre la proximité de la capital, mais aussi montrer implicitement que ce qu'on trouve à Paris on l'a aussi à Tours qui est : « le petit Paris ».</li> <li>• Utiliser les référents historiques-patrimoniaux pour susciter la qualité de vie traditionnelle à de pas de la capital</li> <li>• Jouer sur les parcs et jardins toujours pour mettre en avant le bien être et la qualité de vie grâce à la présence de la nature en ville : « Touraine : Jardin de la France »</li> <li>• La ville se place comme respectant son histoire et ses traditions (vieux quartiers, proximité de châteaux de grande renommés), mais sachant laisser place à la modernité (Palais des Congrès)</li> </ul>
<b>CAPACITE D'ECHANGE</b>	Aucune référence aux capacités d'échanges qui pourtant existe, comme par exemple : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réseau d'échange et de développement touristique autour de la cathédrale,</li> <li>• Etc,</li> </ul>	Une seule référence aux capacité d'échange, mais celle-ci reste très implicite : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapprochement de l'image de Tours aux châteaux de la vallée de la Loire</li> </ul> Pourtant la capacité d'échange liée à la présence du fleuve n'est en aucun cas mis en avant
<b>CONSTRAINTES ET APTITUDES</b>	Contrainte : <ul style="list-style-type: none"> <li>• La proximité de la ville d'Amiens de la capitale l'étouffe</li> </ul> Aptitude : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modifier « la proximité de Paris » en atout</li> <li>• Jouer sur le côté ville provinciale donc plus proche de la nature et offrant une meilleur qualité de vie</li> </ul>	Aptitude : <ul style="list-style-type: none"> <li>• la proximité de Paris</li> <li>• Jouer sur le côté ville non-provinciale mais pouvant faire aussi bien que la capital</li> <li>• Une réputation de ville-jardin très prégnante</li> </ul>
<b>DISTORSIONS</b>	Très importantes car l'image de Saint Leu n'est pas celle qui fédère le plus l'inconscient collectif (image interne) alors peut-elle vraiment toucher d'autres personnes externes à la ville pourtant c'est cette dernière qui a été retenu pour la campagne	Une distorsion apparaît avec l'utilisation de l'image « Tours, ville-jardin », car les jardins sont peu présent dans l'image paysagère de la ville en 1990, même si cette réputation est toujours très utilisé



## 1.2.2 Analyse des discours tenus vers 1990 sur la qualité de la ville

### Vision de la qualité de la ville par les acteurs politiques d'Amiens:

De Robien dénonce la technique du patchwork utilisée par l'ancienne équipe municipale (18 ans de communisme) par qui aboutit selon lui à une forme de défiguration :

« -aucune idée directrice. Aucune idée d'ensemble . Du coup par coup, du saupoudrage, quelques opérations ponctuelles intéressantes, mais rien comme vue d'avenir. -il faut pouvoir vivre dans sa ville, rejoindre facilement son lieu de travail, avoir des points d'approche attractifs pour les loisirs, la promenade. Il faut que l'on puisse dire ; « j'ai deux heures de liberté, je vais flâner au centre ville ». Mais aujourd'hui le centre ville, c'est encore une grande inconnue. [...] Quand au cadre de vie, il est sans aucun doute l'échec principal des équipes municipales réunies autour de René Lamps. Malgré les cris d'alarme lancés par Gilles de Robien (St Leu projet Krier)

Des façades noircies par le temps, des places tristes et peu conviviales, des bâtiments publics isolés par des grilles sévères (comme si le pouvoir préférerait vivre isolé) et des jardins publics superbes cachés par de hauts murs : les témoignages de cette « inconscience esthétique » abondent. Les symboles de l'identité d'une ville sont à Amiens dispersés et ne remplissent pas leur rôle. [...] Ni les arguments financiers, ni les contraintes d'urbanisme nées d'une reconstruction effectuée à la hâte ne justifient à eux seuls cet aspect peu séduisant que bien des visiteurs reprochent à notre ville. Inconscience coupable, tout effort esthétique étant récompensé par un intérêt économique marqué générateur d'emplois. » (Interview de Gille de Robien par Jean-Louis Crinon. 1990, où Gille de Robien soutient les mêmes arguments qu'avant les élections de 1989 dans son ouvrage : Atout cœur , projet pour Amiens. Édition Rue de la Liberté. 1988. où il expose son projet pour la ville s'il est élu).

Plusieurs points faibles et points forts apparaissent dans le discours tenu par Gille de Robien et son conseil municipal : (éléments ressortant des bulletins municipaux et des ouvrages suivants : de Robien. Atout cœur , projet pour Amiens. 1988 ; Breitman. M, Krier. R. Le nouvel Amiens. 1989 ; APHGR de Picardie. Amiens : une capitale régionale en évolution. 1998)

### Points faibles :

La propreté :

- saleté de nombreuses façades ou volets notamment dans les zones d'attractivité (place de la gare, rue des 3 Cailoux, Palais de justice, ...) ;

Attractivité et Esthétisme :

- L'absence de places et de jardins où les Amiénois puissent vraiment se réunir.
- Une piétonisation minimum encore au stade du « concours d'idées », et incomplète quand elle existe
- Des lieux publics séparés de la vie et de la ville par les grilles, les murs ou les parkings (ex : l'Hôtel de ville ou le Palais de justice)
- Des espaces verts nombreux mais souvent invisibles (jardins de l'ESCAE ou de la préfecture) inaccessibles, ou surtout peu attractifs (square de la place René Goblet ou de la Place en bas de la Rue St Fuscien).
- L'absence d'un projet architectural homogène dans le quartier St Leu et même sur l'ensemble de la ville, la vocation de St Leu n'est pas précisée : lieu où l'on fait ses courses ou lieu où se distrait ? Mélange immobilier ou monopole de l'OPAC ? Projet architectural global ou missions ponctuelles ? Vocation culturelle ou vocation scientifique ? Vocation universitaire complète ou partielle ?
- La place de la gare avec la Tour Perret, soit un ensemble qui est un véritable repoussoir pour les touristes et une image symbole négative qui a déjà trop duré. Faire de la Tour Perret l'image symbole d'une ville qui bouge est stupéfiant.

### Points forts :

- Le courant de sympathie que rencontre la rénovation du quartier St Leu et plus largement l'effet positif de l'ensemble des opérations de réhabilitation et d'embellissement.
- La présence d'un patrimoine historique de premier ordre avec notamment la cathédrale mais aussi l'ensemble des bâtiments Second Empire (Cirque, Musée, ...).
- L'important rôle que peuvent jouer l'eau et les espaces verts dans la ville.
- La qualité esthétique des boulevards circulaires.

## Vision de la qualité de la ville par les acteurs politiques Tourangeaux :

Les discours politiques tenus par Jean Royer et son conseil municipal sur la qualité de la ville est dans l'ensemble très positif (éléments ressortant des bulletins municipaux et des ouvrages suivants : Tours: Images de la ville et politique urbaine. Lussault. M. 1993 ; Tours, des légendes et des hommes. Lussault. M. 2001 ; Dans la ville, l'affiche. Fresnault-Deruelle. P. 1993).

L'image de Tours est historicisée. Dans pratiquement tous les bulletins municipaux, de nombreuses lettres d'information, le logo, les slogans publicitaires, à travers les publications municipales spécifiques, donc au sein de nombreuses sources, où l'on peut analyser le capital image, l'élément historique est présent. L'histoire est une structure et une substance fondamentales des discours, des icônes, des textes. La notification de l'ancienneté de la ville, de l'inscription dans la durée, dans l'épaisseur du temps historique. Ainsi on retrouve :

- « Tours la millénaire »
- « Tours cité d'histoire »
- « Poursuivant la tradition ... »

Il y a bien là spécification brève mais nette d'un ancrage de la ville dans l'histoire.

L'histoire a un rôle éminent dans la définition territoriale: « les paysages urbains sont autant le reflet des données naturelles que l'expression de l'histoire. Par les matériaux utilisés, par l'architecture qu'imposent les conditions climatiques, les éléments naturels façonnent ces paysages. Quand à l'histoire, l'urbanisme dans son ensemble est une véritable écriture des civilisations avec ses constructions au rythme de la vie ou ses destructions « gommant » parfois des phases entières » Sylvain Livernet.

Autre registre, les références au patrimoine ou/et à l'âme, à l'identité de la ville, c'est-à-dire à une richesse matérielle ou/et spirituelle, le tout en général associé. La ville est dotée d'un patrimoine –un héritage– d'un véritable « corps » territorial. Les emplois du mot sont encore notables, ils le sont notamment chez Jean Royer, ceux de termes plus neutres comme « personnalité », « identité », « caractère », « mentalité », tous connotés par un sens moral, demeure fort nombreux. La plaquette Patrimoine: « Tours est inscrite dans le paysage que forme ce patrimoine ». Le numéro 27 de la lettre municipale d'information du 23 avril 1990 : « le développement de Tours n'est pas le sous-produit de la croissance économique, il est le résultat de politiques harmonieuses en matière d'environnement, d'économie, de sport, de culture et de patrimoine ».

Une autre phrase clef reprise plus d'une fois : Tours est « une ville inspirée par le génie de la Loire ». Il est flagrant que la relation ville/fleuve est très prégnante, Jean Royer utilise souvent le terme de « Mésopotamie » pour caractériser la ville et son environnement; ainsi que la phrase « entre Loire et Cher ».

Le climat garde une place presque intacte, au sein de l'image véhiculer dans les discours politiques royeristes. Tours bénéficie ici de ce qui fait la réputation de la Touraine, « jardin de la France » dont la ville serait la capitale. Jean Royer associe souvent dans son discours sur Tours toutes les données « naturelles » : eaux, climats, paysage résultant. Tous ces éléments en interrelation créent la grâce tourangelle, ce que le député-maire nomme : « la beauté naturelle de la ville ». Ces données géographiques patrimoniales sont livrées en première justification de l'attachement à la cité, juste avant la richesse de l'histoire. Le patrimoine géographique pèse dans l'édification de la « personnalité urbaine de Tours » par le biais de sa « beauté naturelle ».

Champ important de l'image de Tours: la qualité de l'espace urbain. La forme au sens large de la ville : paysage plus structure; Tours la ville bien bâtie: cette phrase synthétise l'essentiel des qualités de l'espace urbain. Les références au territoire de Tours qu'il s'agisse des paysages ou des termes évoquant la croissance géographique évoquent l'équilibre. Les termes : harmonie, clarté, ordre, participent à ce champ lexical de l'équilibre. « La ville bien bâtie » suggère l'ordonnance cartésienne, la traduction physique de principes spirituels.

## Quatre points forts apparaissent :

- L'histoire et les traditions préservés
- Le site originel (capital géographique) mettant en avant l'emprise symbolique de la Loire dans la ville.
- Le milieu et ses caractères avec la douceur du climat, donnant naissance à la présence des jardins.
- La ville bien bâtie grâce à la rigueur induite par l'axe central Tranchée-Nationale-Grandmont.



### 1.2.3 Des réalités différentes

Autant les discours politiques sur la qualité de la ville (et particulièrement la qualité paysagère) de Tours reconnaissent à la ville une image très positive, autant les discours amiénois soulignent de nombreux points faibles. Les acteurs politique Tourangeaux, au début des années 1990, utilisent de nombreux éléments qu'ils mettent en avant sous la forme de quatre points forts. Ces quatre points prédominent dans leurs discours, et ils les utilisent pour rappeler aux habitants qu'ils vivent dans une ville de grande qualité, mais aussi pour leur montrer leurs attachements à la ville qu'ils servent. Les acteurs politiques d'Amiens, quand à eux, sont beaucoup plus négatif dans leurs discours sur la qualité de la ville. Ils portent peut-être un regard plus objectifs que les acteurs Tourangeaux qui en oublis que Tours a comme toutes villes des points noirs. Les discours Amiénois ne sont pas pour autant fatalistes, sur le regard qu'ils portent sur leur ville. Ils se servent de ces points négatifs pour mettre en avant leurs volonté de faire évoluer la ville. Ils soulignent aussi le fait que les points noirs mis en avant sont en parti dû aux manques d'attention de l'ancienne politique municipale (18 ans de communisme) sur la qualité de la ville. Mais les acteurs Amiénois n'en oublient pas moins que la ville possèdent des éléments forts et de rappeler que l'équipe municipale à laquelle ils succèdent a quand même sur prendre quelques bonnes initiative (réhabilitation de Saint-Leu). Le rapport ancienne/nouvelle équipe municipale reste assez présent dans les discours. Cette « fausse mise en concurrence » est sûrement présente car l'équipe de Gille de Robien succède depuis peu (les dernière élection de 1989) à 18 ans de communisme. Le rapport est totalement différent pour Tours car Jean Royer y a installé son fief depuis de longue date ( première élection en 1959 ). Même si la concurrence avec Jean Germain au élection de 1989 a été dure, Royer a su maintenir sa place, et la population a encore soutenu sa vision et la prégnance de sa politique que l'on nome « royeriste ». D'ailleurs lors de ce début de mandat, dans le Bulletin Municipal N°18 : lors de l'étude du budget, une discussion s'est instaurée au cours de laquelle le député-maire a rappelé les trois grandes périodes qui ont caractérisé et vont continuer de marquer le développement de la ville de Tours. C'est entre 1960 et 1975 que Tours a connu sa « grande percée », une époque dominée par la création de grands équipements structurants, en particulier l'aménagement de la vallée du Cher, qui, entre 1962 et 1970, a constitué l'un des plus importants chantiers d'Europe. Puis, de 1975 à 1988, la ville a enregistré une période de pause, où les investissements ont été tempérés, tant pour des raisons économiques (...) que pour des motifs financiers (...). Enfin, la période 1990 à 1995 devrait voir se renouveler l'expansion locale, Tours prenant place parmi les grandes métropoles européennes ».

Autre point à mettre en avant, dans la différence de discours entre Amiens et Tours, les discours Amiénois portent principalement sur des éléments et sur l'image situés dans le centre ville, en revanche les discours Tourangeaux se porte sur des éléments d'ensemble pour la ville. On peut aussi noter peut-être un certain pointillisme du côté Amiénois (discours très précis indiquant les places, les quartiers,...). Les discours Tourangeaux sont quand à eux plus vaste et de grande ampleur, cela est aussi lié au type de politique « de grand travaux » mené depuis ces début par Jean Royer.

#### **Les deux grands tournant dans l'histoire royeriste à Tours : (Lussault, 1991)**

- La conquête: 1959-1975/77: il voulait régénérer la ville en respectant « la tradition française si présente à Tours (...) et la beauté naturelle de la ville ». Aménagement de la vallée du Cher, le développement de l'habitat collectif, la modernisation et le développement de Tours-Nord, la reconquête du centre ville et du patrimoine urbain = 20 ans qui ont transformé la ville.
- Pause-renouveau-renaissance 1977-1991: période de communication de la ville. BM décembre 1986: jean Royer insiste d'abord sur le « fléau du chômage » puis affirme « il faut remplacer l'assistance qui dégrade et appauvrit par l'offre d'emploi (...) Tours s'engage dans la lutte contre le chômage ». Cette lutte se fonde sur le développement de grands travaux d'équipement contribuant à mettre en place la « nouvelle infrastructure économique de la ville », nécessaire pour le redémarrage. Le boulevard périphérique, le futur parc technologique de la vallée du Cher, la restructuration de la friche Schmidt, le TGV atlantique, le centre international de congrès, la zone d'emplois et d'habitations de Milletière à Tours-Nord. On pouvait lire dans le rapport de présentation du projet de parc technologique, soumis à enquête publique en décembre 1989 : « tradition et modernité: le parc technologique de la vallée du Cher s'inscrit dans une tradition de la Touraine et du Val de Loire. Cette tradition de modernité s'appuie sur l'humanisme et l'innovation technique de la Renaissance. On en retrouve ici bien des aspects : relation intime avec la rivière, parcs et jardins tantôt ordonnancés tantôt sauvages, belle architecture, ouverture d'esprit tournée vers l'application scientifique, le progrès des connaissances et pouvant atteindre le domaine de l'art ». BM N°34 Janvier 1991: « urbanisme attractif, propre à attirer les hommes et les entreprises, urbanisme d'agglomération: l'image et l'avenir de Tours sont en jeu. L'urbanisme devient outil de « renaissance » pour la ville ». Il justifie aussi le projet de la Gloriette: « recréer un concept de ville en prenant modèle sur les cités de la renaissance qui savaient allier à la perfection, fonctionnalité et harmonie ».



### 1.3 De quels volontés sont nés les opérations d'aménagement du paysage

#### 1.3.1 Les Places et axes piétonniers majeurs : construire des hauts lieux public

##### Volontés Amiénoises de mener des opérations d'aménagement du paysage :

Lors de la campagne électorale pour les élections municipales de 1989, de Robien, met l'accent sur le besoin pour la ville d'Amiens de se créer un réel cœur de ville, reconnu en tant que tel par les habitants. Lors d'un interview avec le journaliste Jean-Louis Crimon, il souligne le problème lié à l'image du centre ville d'Amiens :

« Lorsque les habitants du Pigeonnier ou d'Etouvie, ou d'Elbeuf, ou de la ZUP Sud-Est, quartier Pierre Rollin, souhaitent descendre au centre ville, en fait ils ne savent pas très bien s'ils vont descendre à la gare, Place René Gobelet, Place Gambetta, Place de l'Hôtel de ville, ou à la Place Léon Gonthier c'est à dire la place de la maison de la culture . il nous faut à Amiens une grande place centrale et conviviale. La Place Gambetta pourrait jouer ce rôle, parce que c'est probablement la plus grande, et c'est peut être celle que l'on peut aménager le plus facilement . Pourquoi ne pas imaginer une partie de cette place en zone piétonne ? (...) cette place là, serait la place où l'on se rencontre facilement, où l'on se donne rendez-vous, où l'on aime bien flâner, ou l'on aime bien converser. (...) Une place commune. Toutes les villes ont au moins une place ou un endroit de référence. »

Les recommandations de de Robien sont :

- Faire d'une des places centrales d'Amiens une véritable « place populaire », point fort N°1 de convivialité, symbole du réveil de la ville. La place Gambetta semble toute désignée pour tenir ce rôle à condition bien sûr d'en revoir toute la conception.
- Un hôtel de ville ouvert sur Amiens et donc débarrassé de son parking intérieur voire de ces grilles. Cette formule peut se reproduire avec le Palais de Justice (façade noirâtres, grilles délabrées, parking intérieur alors qu'un parking souterrain se situe à une dizaine de mètres).
- Réussir rapidement la piétonisation avec dans l'immédiat l'aménagement de l'axe piétonnier rue Robert de Luzarches-rue Ernest Cauvin.
- Une politique moderne de mobilier urbain dans le cadre de la piétonisation mais aussi dans tous les quartiers d'Amiens (bacs à fleurs, colonnes Morris annonçant les événements sportifs et culturels, bancs, bacs à sable pour les enfants, éclairages publics, panneaux d'information, ...)

Pour de Robien, « le traitement des détails est tout aussi important pour l'esthétique de la ville et le confort des habitants que les vastes programmes d'urbanisme. Un coin de rue, une placette, une arrière cour peuvent contribuer efficacement à l'embellissement de quartiers injustement délaissés ».

Il souligne aussi que « Ceci implique une écoute permanente de la population et une volonté affirmée de répondre aux sollicitations d'urbanisme les plus minimales. L'imagination doit revenir au pouvoir pour envisager toute solution qui contribuerait à l'embellissement des grandes places d'Amiens (Hôtel de Ville, Gambetta, et surtout place de la gare ) ».

Les interventions engagées par la municipalité de Robien marque une réelle volonté d'agir sur l'image de la ville et sur celle de son centre. Les aménagements de la Place de l'Hôtel de Ville, de la Place Gambetta et de la rue des Trois cailloux vont se concrétiser dans une opération englobant le secteur cathédrale dont elle prendra le nom : ZAC Cathédrale. Cette opération s'insère dans un Projet Urbain sur lequel nous reviendrons par la suite.





### Volontés Tourangelles de mener des opérations d'aménagement du paysage :

C'est via le plan d'embellissement que Jean Germain a lancé, que les interventions sur les places retenues pour ce mémoire et sur la rue Nationale (ainsi que sur le reste de cet axe) ont vues le jour.

Jean Germain a particulièrement activé les représentations du milieu pour justifier, notamment, la politique de fleurissement, de réhabilitation des espaces publics, de réaménagement ou/et de création de jardins et de parcs. Cette politique avait - et continue d'avoir, puisqu'elle se poursuit du fait de la réélection de Jean Germain - pour objectif, si l'on analyse les argumentaires déployés au sein du bimestriel *Tours d'horizon* ainsi que le programme électoral du maire sortant lors de la campagne 2001, d'améliorer la qualité urbaine et de redonner aux Tourangeaux le goût de la cité, d'aménager la ville pour embellir la vie ».

Un constat initial fondait cette démarche : « Tours est une belle ville, mais la qualité des espaces urbains s'est dégradée sous l'ère royeriste car Jean Royer était plus sensible aux grands gestes urbanistiques qu'au traitement fin des lieux publics et des jardins. »

Ce souci de promouvoir la création qui se retrouve dans le plan d'embellissement lancé par la municipalité en 1996 et vise à requalifier l'ensemble des espaces publics (rues, places, ...). Là encore, l'action s'est accompagnée d'une stratégie de médiatisation. Cette stratégie est passée par la publication à partir de janvier 1999, à l'occasion du démarrage du chantier majeur de réaménagement de la rue Nationale et de la place Jean Jaurès, c'est-à-dire de l'hypercentre, d'un bimestriel spécifique, *Tours d'horizon* (*aménager la ville, embellir la vie*), diffusé en moyenne à 100 000 exemplaires, qui a porté sur la scène locale les principes et les objectifs de ce qui était entrepris. Dans son éditorial du N°2 de ce magazine, fort lu, le maire résume ainsi ce qu'il cherche à atteindre :

« Nous voulons une ville humaine, une ville à vivre avec une identité, offrant des sensations, développant de la convivialité entre les Tourangeaux, avec des quartiers vivants et divers, avec une architecture créative. Pour cela, il faut s'imprégner de notre cité, de son histoire, de ses contradictions, puis faire la ville de notre époque, mélangeant les genres, les populations et les usages. »

Cette politique s'appuiera donc sur le plan d'embellissement, instrument de la « reconquête », qui donne au fleurissement et à la végétalisation une place cruciale. Et ce pour des raisons multiples, qui vont de la plus générale à la plus locale. Tout d'abord, on affirme le caractère indispensable de la relation de l'individu aux éléments naturels, ce que les espaces verts sont censés permettre. Parallèlement, on insiste sur la qualité esthétique et les capacités de créer de nouveaux paysages qu'apportent le fleurissement, le développement des plantations, les parcs et jardins. Enfin, on injecte dans le discours des références nombreuses à l'image patrimoniale. « Tours, capitale du jardin de la France. Ce titre doit être défendu », écrit Jean Germain dans son éditorial au N°5 de *Tours d'Horizon* (Juin-Juillet 2000). Dans le cours du magazine, on lit que le fleurissement exprime la « personnalité » de la ville. Dans d'autres numéros (ainsi que dans d'autres supports), on trouve de nombreux énoncés du même ordre. Ainsi, au printemps 1999, on apprend que « de nouveaux aménagements fleurissent » et que « Tours est renommée pour sa douceur, son cadre fleuri, ses espaces verts ».

Le plan d'embellissement répond aux attentes des Tourangeaux ; « le développement économique, oui, mais sans sacrifier notre art de vivre » (cet art qui s'appuie sur la qualité du milieu).

Dans ce contexte, il n'est pas étonnant que Tours se voit attribuer une quatrième fleur en 1999 par le jury national pour le fleurissement de la France, puis en 2001, le jury reconnu la qualité de la création et de l'inventivité du fleurissement. Ainsi la municipalité put, du même coup, lier son action au fonds de l'image locale et justifier le bien-fondé de son choix « de qualité et d'originalité des réalisations ».

Jean Germain n'est pas sans réactiver le stéréotype du lien milieu/caractère (de la ville et de ses habitants) que Royer aimait tant évoquer. Tout cela étant mis en relation avec un milieu propice à la joie de vivre, ici transmuée en joie de vivre la ville. À lire le récit, c'est particulièrement le plan d'embellissement, qui vise, rappelons-le, à « embellir la vie » et à redonner aux Tourangeaux le désir de jouir des espaces publics, et la politique culturelle et festive (en total renouveau depuis 1995) qui se révèlent les leviers de cette ambition (Lussault. 2001).



## 1.3.2 Le lien avec les autres opérations

### Amiens une volonté d'ensemble : un Projet Urbain

Gilles de Robien, définit un premier projet, après une consultation publique : saisir l'occasion de la construction d'importants locaux universitaires pour restructurer le centre, autour de la cathédrale dont les abords étaient détruits. Et entreprendre de retrouver une cohérence urbaine. Le projet urbain se définit progressivement : recomposer le centre, transformer les « trous » en espaces publics, relier entre eux les différents quartiers. Puis, nouvelle étape, concevoir un projet d'agglomération. Recoudre cette ville traumatisée demande de la délicatesse, donc du temps et du talent. Le maire annonce dès le début du processus, une perspective à long terme –20 ou 30 ans - donc le choix de lignes directrices claires et consensuelles. Pourtant, il décide d'oser l'architecture contemporaine, « quitte à être impopulaire dans un premier temps », recherchant les conseils de concepteurs nombreux et reconnus. (Masboungi. 2002).

Le projet urbain amiénois s'organise autour de 5 points :

- L'opération ZAC Cathédrale (réalisée)
- La création du Parc Saint Pierre (réalisée)
- La valorisation de l'identité des quartiers Nord (en cours de réalisation)
- Le parvis de la gare (début des travaux prévu vers 2005)
- La prise en compte de l'échelle métropolitaine (par le biais de l'intercommunalité)

Les volontés politiques de mener des opérations d'aménagement sur les sites retenus pour ce mémoire (Places et rue des Trois Cailloux) s'insèrent dans une volonté globale d'agir sur la ville et son image, le tout traduit dans le Projet Urbain.

### Tours : la mise en avant du patrimoine

Depuis une vingtaine d'années et plus encore depuis l'arrivée aux commandes de la ville d'une nouvelle équipe municipale en 1995, la période des années 1850-1930 ainsi que la période plus moderne, longtemps sous-estimée dans l'image institutionnelle, tend à être mieux mise en valeur, notamment via une attention soutenue à l'architecture et aux formes urbaines. Avec :

- La célébration ascendante de l'œuvre de Victor Laloux, qui a donné à Tours trois bâtiments essentiels (la gare, l'hôtel de ville, la nouvelle basilique Saint-Martin)
- La promotion de cette période au sein de l'image grâce aux visites guidées orientées sur cet axe
- Le nouveau plan d'occupation des sols promulgué en 1997 qui a repris, accentué et entériné la protection des formes urbaines du XIXe.
- La volonté d'étendre le secteur sauvegardé (qui fut un des tout premiers à être constitués en France) aux périmètres des boulevards Béranger et Heurteloup et du quartier des Prébendes, urbanisés pour l'essentiel de 1850 et 1920, et le règlement du nouveau POS proscrit même le pastiche
- La reprise du projet de Royer par Jean Germain sur le Sud-Ouest de la ville, du technopôle, on est passé au quartier mixte (habitat, entreprises, services, grands équipements), rebaptisé quartier des Deux-Lions édiels pour en faire un « laboratoire d'architecture contemporaine » et un périmètre d'expérimentation urbanistique. Une plaquette, à la très riche iconographie, intitulée *Panorama d'ambiances urbaines* fit la synthèse de cette démarche à la fin de l'année 2000.

Dès 1995, Jean Germain a manifesté une relation plus pacifiée à l'eau fluviale. Dans son action, il insiste surtout sur la richesse patrimoniale, identitaire, ludique que constituent la Loire et le Cher. Il souhaite que les tourangeaux puissent jouir des berges, des plaisirs de l'eau, se réapproprient un fleuve qui fonde la spécificité tourangelles et que le royerisme aurait au bout du compte mis à l'écart en souhaitant le soumettre. D'où de nombreuses initiatives comme la création d'un festival, *Au nom de la Loire*. Mais aussi la mise en place d'un maillage piétonnier le long de la Loire et dans l'ensemble de la ville ou les interventions sur la gloriète (mais qui ne . Le classement du Val de Loire au titre du patrimoine mondial de l'UNESCO. La municipalité de Tours a joué un rôle de premier plan pour obtenir ce label et en a fait un des signes flagrants d'un premier aboutissement du processus de réappropriation de la Loire par la collectivité citadine.

Les volontés politiques de mener des opérations d'aménagement s'organisent principalement dans les objectifs mis en avant dans les documents d'urbanisme.



**L'image paysagère évolue t-elle positivement quand les actions d'aménagement du paysage sont impulsées par une volonté politique directe d'agir sur l'image de la ville ?**

**1.3.3 Comparaison des volontés Amiénoises et Tourangelles**

Ce tableau résume les grandes volontés autour des quelles les opérations d'aménagements retenu sont mener.

	AMIENS	TOURS
Volonté d'agir sur l'image de la ville ?	Oui	Oui
Comme cela se traduit ?	Par le biais d'un Projet Urbain	Par les objectifs des documents d'urbanisme
Termes employés pour résumer la volonté d'action	« la ville doit sourire » (G. de Robien)	« aménager la ville, embellir la vie »  (J. Germain)
But des opérations d'aménagement	<ul style="list-style-type: none"><li>• Recoudre le tissu urbain et créer des lieux de convivialité dans le centre</li><li>• Créer des haut lieux public</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Maintenir et améliorer la réputation de la ville</li><li>• Mettre en avant le patrimoine</li></ul>
Se traduit dans le discours par:	« Il faut que l'on puisse dire : j'ai deux heures de liberté, je vais flâner au centre ville » (G. de Robien)	« le développement économique, oui, mais sans sacrifier notre art de vivre » (J. Germain)

Nous pouvons donc remarquer que les deux villes sont animé dans leur actions par une volonté d'agir sur l'image de la ville. Ce qui les différencies c'est la manière dont se traduit cette volonté. L'une, Amiens souhaite grâce au Projet Urbain se forger une réelle image en orientant son action sur le tissu urbain et les lieux publics, l'autre, Tours veux mettre en valeur son patrimoine pour continuer à soutenir son image.

Comme nous l'avons vue précédemment, les « légitimités de l'action » se traduise par l'efficience technique et cohérence politique. C'est à dire la crédibilité de l'action qui est à la fois un fondement reconnu et une justification acceptée par les habitants de l'action de la municipalité. L'existence d'une vision partagée de la ville autorise une relation active entre le pouvoir politique local et les citoyens, les acteurs économiques et institutionnels vers lesquels il est également tournée. Cette relation active se voit légitimé lors des élections municipales. C'est par ce biais que les habitants choisissent de soutenir ou non les actions engagés par la municipalité.

On peut remarquer que se soit à Amiens ou à Tours que les actions engagées par ces deux municipalités ont été soutenues et légitimisées par leur réélection en 2001. Gilles de Robien se retrouve donc à la tête d'Amiens depuis 1989 (même si celui-ci a abandonner la municipalité Amiénoise pour son poste de Ministre, son équipe municipale est toujours à la tête de la ville et de Robien est toujours président de la communauté d'Agglomération) et Jean Germain depuis 1995 (qui est lui aussi président de la communauté d'Agglomération).



## II JUGER L'IMPACTE DES OPÉRATIONS D'AMÉNAGEMENT DU PAYSAGE SUR L'IMAGE DE LA VILLE

### 2.1 Places et axes piétonniers

#### 2.1.1 Comparaison des projets

Amiens

Tours

*Des traitements et conception de l'espace public urbain englobant les places et les axes commerciaux*

L'opération dans l'hypercentre, concerne tout l'axe est-ouest, de la rue de Noyon à la Maison de la Culture (rue des Trois cailloux). La municipalité met à profit ces travaux pour rompre l'impression d'uniformité un peu sévère que l'architecture de la reconstruction avait donnée à la ville. On retrouve parfaitement cette préoccupation chez Juan Roig, l'architecte espagnol vainqueur du concours, qui a voulu traduire dans son projet l'histoire d'Amiens faite de rupture et de continuité, en traitant les surfaces avec des cassures et des liaisons. C'est en 1993 que furent réalisés les travaux concernant les trois place Gambetta, de l'Hôtel de ville, et rue des Trois Cailloux.

La place Gambetta qui est devenu grâce à cet aménagement le cœur de la ville, offre aujourd'hui un espace qui permet de profiter du lieu, de s'asseoir, de se reposer. Elle a été traitée en deux parties, l'une recouverte de briques beiges, destinée à la circulation piétonne, l'autre en plan incliné engazonnée et barrée de bandes de granit destinée à la détente. À l'est et au sud de la place où les véhicules ont accès à vitesse réduite, le sol est couvert de pavés gris bleu. Des hublots placés à même le sol et éclairés de l'intérieur, permettent d'apercevoir une partie des vestiges romains découverts pendant les travaux. L'ensemble est agrémenté de hauts tilleuls et de jardinières fleuries. Au bas des gradins, une « fontaine-horloge » permet de lire l'heure en comptant le nombre de jets d'eau. Autre originalité, les lampadaires et les poubelles sont légèrement inclinés pour réduire, par un effet d'optique, la largeur de l'espace et atténuer l'aspect rigide des immeubles. La rue des Trois Cailloux ainsi que la place Gambetta et la place de l'Hôtel de ville, ont un mobilier urbain qui présente les mêmes particularités, ce qui assure une continuité entre ces espaces.

La place de l'Hôtel de Ville, qui est également traité avec deux matériaux (brique rouge à l'ouest et granit à l'est) présente un plan incliné d'est en ouest. Cette dénivellation a rendu nécessaire la création d'une banquette accessible par des marches qui rendent difficile la circulation aux personnes à mobilité réduite (handicapés, personnes âgées, personnes accompagnées d'enfants en bas âge...).

L'opération dans l'hypercentre, concerne tout l'axe Nord-Sud situé dans le centre (Une partie de l'Avenue de Grandmont et l'ensemble de la rue Nationale. La municipalité souhaite par ces aménagements la « reconquête d'un espace de liberté pour le bien-être de tous, l'émergence d'une nouvelle qualité de vie encore plus souriante, une attractivité encore plus forte de notre cité » (J. Germain, Tours d'horizon N°1 janvier-février 1999). Les travaux ont commencé lors du premier mandat de Jean Germain où les premières interventions ont eue lieu sur la Rue Nationale et la Place Jean Jaurès puis sur la Place Anatole France (où les travaux viennent tout juste de se terminer et continues au Sud du centre ville avec actuellement l'aménagement de la Place Tiers (qui va être renommée Place de la Liberté)

Les voies dévolues à la circulation automobile non que très peu ont été modifiées, même sur l'axe de la Rue Nationale qui malgré sa piétonisation a gardé son espace voirie intacte pour permettre aux bus de circuler. L'ensemble de l'axe Nord-Sud et des places présentent sur cet axe ont un mobilier urbain qui présente les mêmes particularités, ce qui assure une continuité entre ces espaces.

C'est sur la Place Jean Jaurès que le plus d'attention a été portée avec des massifs évoluant aux cours des saisons et des manifestations de la ville. L'aménagement de la Place Jean Jaurès c'est aussi penché sur des détails subtils comme une ligne de feuilles en métal, sur le sol, autour des massifs, assorties au mobilier urbain. Ces détails sont la preuve d'une volonté de mise en scène de l'espace public et particulièrement celui-ci qui est un lieu fort pour la ville puisqu'il s'ouvre sur l'Hôtel de Ville mais aussi parce que c'est un site qui est depuis de longue date fort fréquenté.

L'aménagement de la Place Anatole France a permis de faire naître une harmonisation dans les matériaux et le mobilier. Cette harmonisation est très importante puisque la Place Anatole France se trouve à l'entrée Nord de la Rue Nationale. Une fontaine rappelle la présence de l'eau et donc surtout celle de la Loire (qui se trouve en contrebas).





### 2.1.2 Modifications qualitatives

Les comparaisons mise en avant dans le tableau ci-dessous sont basé principalement sur les éléments ressortant des bulletins municipaux d'Amiens et de Tours et sur les points ressortant lors des rendez-vous avec les équipes techniques (urbanisme et espaces verts) municipales de ces deux villes.

**Tableau de comparaison des modifications qualitatives apportées par les opérations d'aménagement du paysage sur les sites retenues (Les axes centraux et leurs Places)**

	AMIENS	TOURS
<b>Les nœuds</b> <b>( Les Places )</b>	<p>La Place Gambetta est grâce à son aménagement devenu un points de rassemblement important pour la ville puisqu'elle concentre plusieurs fonctions: Commerces, détente, ...</p> <p>La Place de L'Hôtel de ville est plutôt devenu un lieux de passage d'une structure à une autre.</p>	<p>La Place Jean Jaurès et la Place Anatole France sont resté des points de convergence de voies.</p> <p>Forte fréquentation lié en grande partie au plan de circulation surtout pour la Place Jean Jaurès.</p>
<b>Les limites</b> <b>(Places, Axes)</b>	Inchangées	Inchangées
<b>Les voies et les répartitions dans l'espace suivant les divers fonctions allouées</b> <b>( Les axes, rues )</b>	<p>Attribution fortement modifié : désormais quasi strictement réservé aux piétons</p> <p>Forte modification dans l'organisation et la conception des voies</p>	<p>Attribution réservé aux piétons et au bus</p> <p>Pas de modification notoire dans l'organisation des voies ( dû au passage des bus)</p>
<b>L'inscription dans le quartier</b>	Faire réellement émerger l'axe commerçant (Rue des Trois Cailloux et ces places) comme centre de polarisation de l'hypercentre.	Soutenir l'axe méridien (Rue Nationale et ces places) comme centre de polarisation de l'hypercentre.
<b>Les ambiances</b>	<p>Fortement modifiées</p> <p>L'aménagement joue sur les effets de relief (banquettes, gradins, plans inclinés )</p>	Peu modifiées (seul les revêtements ont été modifié et apporte une certaine mise en valeur du site et des façades)
<b>Les symboliques ressortant de l'aménagement</b>	Un espace de découvertes (ambiances différentes) sous un même fil directeur faire ressortir l'histoire du site.	Mettre en valeur de façon soft et chaleureuse (couleur chaude des matériaux) l'axe principale de la ville.

Il ressort fortement de cette comparaison une grande différence dans la conception des aménagements dont ont fait l'objets les axes principaux et les Places retenues à Amiens et à Tours. On peut noter qu'à Amiens la conception c'est fortement basé sur une modification importante de l'organisation des espaces libres et d'un fort changement des ambiances. En revanche à Tours l'organisation des site n'a été que très peu modifié. L'action c'est orienté principalement sur le choix des matériaux (textures, couleurs, assemblages,...) et du mobilier urbain. Même si les indicateurs qualitatifs sont incontournables, ils ne peuvent permettre à eux seuls de juger objectivement l'impact des opérations d'aménagement sur l'image de la ville et son volet paysager. C'est donc par la biais des indicateurs quantitatifs que nous trancherons sur cet impacte.



## 2.1.3 Modifications quantitatives

### Les indicateurs quantitatifs

- L'évolution du prix de l'immobilier
- L'évolution du nombre de commerces
- L'évolution des types de commerces

C'est sur l'évolution du prix de l'immobilier que nous allons nous attarder plus longuement car c'est avec les investissements effectués le plus révélateur des trois indicateurs.

### L'évolution du prix de l'immobilier

L'évolution du prix de l'immobilier à Amiens et à Tours a connu une hausse spectaculaire depuis 1990. L'ensemble des agences immobilières et des offices notariales interrogés à Amiens s'accorde à dire que ce sont les aménagements et les changements apportés par ces derniers qui ont permis de faire flamber le marché de l'immobilier Amiénois. En revanche à Tours, c'est la proximité de Paris (via le TGV) et la qualité de vie qui est principalement soulignée. Les aménagements réalisés en cœur de ville n'ont fait que renforcer l'image de « l'art de vivre » déjà présente et associée depuis toujours à la ville de Tours.

A Amiens comme à Tours, les étudiants sont depuis de nombreuses années une véritable poule aux œufs d'or des investisseurs à la recherche d'un complément de revenus. Dans les deux villes les agences immobilières s'accordent à dire que la demande évolue et tant non plus vers les petits studios, mais vers des logements de plus grandes tailles pris en colocation. Les étudiants Amiénois ne veulent pas se déplacer hors de Saint-Leu, sauf s'ils ne trouvent rien d'autre, mais en revanche les étudiants Tourangeaux ne se cantonnent pas dans un quartier (l'ensemble de l'hypercentre est attractif pour les logements étudiants. Cela est aussi dû à la multitude de sites universitaires au sein de la ville), même si le vieux Tours reste un des quartiers incontournables de la vie étudiante tourangelles. Les tarifs sont relativement similaires dans les deux villes avec des tarifs variant de 300 € environ pour un 17 m<sup>2</sup> à 480 € pour 40 m<sup>2</sup>.

La forte demande de logement de petites surfaces par les étudiants c'est répercuter sur l'ensemble des biens de location (principalement à Amiens). Les nouveaux arrivants savent que l'immobilier Amiénois est cher, comme le confirme Claudette Lelong, responsable du logement à la cellule d'accueil des cadres de la chambre de commerce et d'industrie d'Amiens, mais ils sont toujours surpris, surtout en location, de la qualité souvent médiocre des prestations en regard des loyers demandés. Les notaires s'accordent à dire dans l'ensemble que les comportements dans l'achat d'immobilier Amiénois changent. Car au paravent, il y avait un marchandage systématique. « Depuis quelque temps, les acheteurs ne discutent presque plus, constate Maître J-P Pémont. De plus en plus de biens sont vendus au prix demandé ». Les notaires et les agences immobilières Amiénoises voient de plus en plus souvent leurs propres estimations largement dépassées. « Des biens évalués entre 1300 et 1500 € le mètre carré partent à 1750 €, malgré la nécessité de gros travaux » s'étonne Christian Clor, de l'agence Immo.

Dans un numéro de l'hebdomadaire *Le Point*, du jeudi 29 avril 2004, spécial immobilier à Amiens, un article met en avant la possible flânerie désormais créée dans le centre ville, avant de faire le point sur les prix au m<sup>2</sup> de l'immobilier Amiénois.

### La cote quartier par quartier Centre ville

Se déplacer sans voiture, flâner sur le parvis de la cathédrale avant de rentrer chez soi, aller au cinéma à pied ... Maintenant que les rues piétonnes sont achevées, le centre ville a ses inconditionnels qui préféreront les appartements aux maisons, très rares dans ce secteur. Comptez de 1370 à 1680 euros le mètre carré pour un appartement dans un bon état et de 1140 à 1220 euros lorsqu'il y a des travaux à effectuer. Une maison de 190 mètres carrés, avec garage et petite cour, située près des boulevards intérieurs, a été vendue à 258 600 euros. A la location, les prix sont élevés, avec, par exemple, un studio de 30 mètres carrés, rue Gresset, à 345 euros par mois. Vitrine de charme de la ville, les maisons en bois du quartier Saint-Leu changent peu d'occupants. D'une surface de 40 à 60 mètres carrés. [...].

Béatrice Pujebet

PARTIE III



## L'image paysagère évolue t-elle positivement quand les actions d'aménagement du paysage sont impulsées par une volonté politique directe d'agir sur l'image de la ville ?

Récemment, en dans l'hypercentre amiénois, une très belle maison de 350 m², comprenant deux salles de réception, un bureau, huit chambres et deux salle de bains, avait été estimée à 336 000 € car elle n'était pas en excellent état. Elle est finalement partie à 488 000 €. Mais « la flambée semble se calmer légèrement, constate Maître Lefèvre,. Quand un bien est nettement au-dessus du prix du marché, les acheteurs préfèrent attendre un peu ».

Avec un prix moyen de 1214 € du mètre carré pour les appartements anciens, selon les notaires, Tours vit une hausse des prix de 9 % en rythme annualisé. Le centre ville de Tours est très prisé par les parisiens. Le centre, proche des commodités, reste le plus recherché. « la cathédrale, les alentours de la rue nationale, le quartier du théâtre sont très prisés des parisiens qui s'installent », explique Maître Fournier, à la chambre régionale des notaires. Dans ces quartiers réputés tranquilles, les acheteurs semble être à l'affût du moindre « particulier tourangeaux ». Ces maisons traditionnelles datant du début du XX e siècle attirent et « donne lieu à des écarts souvent inexplicables », observe Gérard adriaenssens, président de l'agence Uffi Tours. Le marché est soumis à la concurrence plus qu'au coût réel des biens, que l'on trouve à partir de 1600 ou 1700 € le mètre carré. Mais cette forte hausse des prix trouve ses limite car comme la souligne l'agence de Danielle Mury, certains appartements ne trouvent que difficilement preneur.

C'est à Amiens que la hausse des prix de l'immobilier et principalement en centre ville à été la plus spectaculaire et désormais elle en arrive à l'ensemble des quartiers Amiénois. À Tours, même si l'immobilier dans le centre ville à largement augmenter, la majorité des personnes interroger mettent en avant le fait que Tours a suivie l'évolution de l'immobilier français et que ce qui à fait la différence c'est sa localisation, son côté « ville de province a forte identité » et l'arrivé du TGV.

### L'évolution du nombre et du type de commerces

A Amiens comme à Tours le nombre de commerces dans le centre est resté relativement stable. Mais l'on peu constater que le nombre de magasins franchisés c'est largement développé. Les commerçants amiénois s'accordent pour dire que les magasins des rues piétonnes joue un rôle important dans l'ambiance et la fréquentation du site. Un fait le prouve : la faible fréquentation de la zone piétonne et des brasserie le lundi (jour de fermeture de nombreux commerces principalement liés à l'habillement. A Tours ce phénomène se fait beaucoup moins ressentir.

Tableau de comparaison des modifications quantitatives apportées par les opérations d'aménagement du paysage sur les sites retenues (Les axes centraux et leurs Places)		
	AMIENS	TOURS
L'évolution du prix de l'immobilier en centre ville.	Hausse (spectaculaire)	Hausse
L'évolution du nombre de commerces	<p>Axe commerçant principal : La rue des Trois Cailloux</p> <p>Stable, voir à légèrement augmenter (surtout le nombre de brasseries)</p>	<p>Axe commerçant principale : La rue Nationale</p> <p>Stable, voir à légèrement augmenter</p>
L'évolution des types de commerces	<p>Tous type de commerces, avec le commerce vestimentaire dominant dans la rue des Trois Cailloux et les brasseries et restaurants au niveau de la place Gambetta et du Quartier Saint-Leu</p> <p>Augmentation du nombre de magasins franchisés</p>	<p>Tous type de commerces, avec le commerce vestimentaire dominant dans la rue Nationale et les brasseries et restaurant dans le vieux Tours (Place plumereau et alentours)</p> <p>Augmentation du nombre de magasins franchisés</p>



2.2 Leurs place dans l'ensemble de la ville

Dans la partie II, nous avons vue que à l'aide de la grille comparative quels étaient les éléments forts de la lisibilité de la morphologie urbaine pour les centres villes d'Amiens et de Tours en 1990. Nous allons désormais mettre en avant les évolutions apportées à la lisibilité de la morphologie urbaine par le biais des aménagements effectués sur ces différents sites.

Les éléments permettant de mettre en avant l'évolution connu par les deux centres villes viennent des informations et dires collectés via un petit questionnaire (Voir annexe)

Se sont les mêmes codes de lecture que dans la partie II qui seront utilisés :

Rappel de la signification du jeux de couleur :

- Éléments qui joue un rôle dans l'image du centre mais qui ne sont pas contenu dans ce dernier
- Éléments ayant une place forte dans le capital paysager urbain mais ne connaissant qu'une reconnaissance collective faible
- Éléments essentiels dans l'image du centre

2.2.1 Amiens: un véritable centre a émergé

Capital Paysager Urbain en 1990	
	AMIENS
La morphologie du plan urbain	
Les voies	<ul style="list-style-type: none"><li>La rue des Trois Cailloux. Elle ne fut pas de tout temps la rue principale d'Amiens. Son tracé correspond à celui des remparts du XIIe siècle qui corsetaient la ville médiévale. De nombreuses modifications dans l'implantations des bâtiments, et la construction de la gare porte de Noyon vont lui conférer sa vocation commerciale et le statut d'axe principal de la ville.</li><li>Les boulevards</li></ul>
Les nœuds	<ul style="list-style-type: none"><li>La Place Gambetta</li><li>La Place Alphonse Fiquet</li><li>La Place de l'Hôtel de ville</li><li>La Place Léon Gonthier</li></ul>
Les limites	<ul style="list-style-type: none"><li>Espaces vides « créés » lors de la reconstruction, apparaissent comme des fractures dans l'espace urbain</li></ul>
Les points de repère	<ul style="list-style-type: none"><li>La cathédrale</li><li>La tour Perret</li></ul>

A Amiens en 1990, hors mis la cathédrale, la morphologie du plan urbain ne possède pas de véritable élément essentiel forgeant l'image du centre. L'ensemble des axes (voies), et des places (nœuds) ont une place forte dans le capital paysager urbain mais de connaissent pas une reconnaissance collective forte.

Les aménagements effectués sur l'espace public principalement sur la rue des Trois Cailloux et la Place Gambetta ont permis de faire naître une véritable identité et un caractère marqué au centre ville.

Désormais ces deux éléments se distingue largement des autres et son devenu de véritable espace public à l'échelle de la ville et non plus seulement des éléments de repère du quartier centre.

La cathédrale qui était déjà un élément marquant de la ville a prie tout sont ampleur avec le spectacle de mise en lumière de la façade. Elle est devenue un haut lieu touristique pour la ville.

La place de l'hôtel de ville est quand à elle rester plus discrète. Pourtant elle a aussi fait l'objet d'un aménagement en cohérence avec la place Gambetta et la rue des Trois Cailloux. Mais d'un style plus sobre, elle se caractérise plus comme un lieu de passage.

Les aménagements effectués à Amiens ont fait émergé un véritable centre ville configurer autour de deux éléments primordiaux : La rue des Trois Cailloux et la Place Gambetta. Ils sont désormais des lieux essentiels dans l'image du centre.



2.2.2 Tours : renforcer l'identité et le caractère du centre

Capital Paysager Urbain en 1990	
	TOURS
La morphologie du plan urbain	
Les voies	<ul style="list-style-type: none"><li>• L'axe central Tranché-Nationale-Grandmont a joué et joue toujours un rôle prépondérant. La voie nord-sud constitue, la « matrice harmonique » de Tours, un des fondement de l'image urbaine globale. Il est qualifié « d'épine dorsale », « de moelle épinière » de la ville.</li><li>• Les boulevards</li></ul>
Les nœuds	<ul style="list-style-type: none"><li>• La Place Jean Jaurès</li><li>• La Gare</li></ul>
Les limites	<ul style="list-style-type: none"><li>• La Loire</li></ul>
Les points de repère	<ul style="list-style-type: none"><li>• La cathédrale</li><li>• Le pont Wilson</li></ul>

A Tours, contrairement à Amiens, le centre ville possédait de nombreux éléments essentiels dans la morphologie de plan urbain et qui ressortaient comme référents primordiaux dans l'image du centre ville.

Les aménagements effectués sur l'axe centrale et la Place Jean Jaurès n'ont fait que renforcer l'image de ces lieux au cœur de la ville. Le Pont Wilson reste un point de repère associé à l'axe centrale et à la Loire. Mais il n'est pas devenu un point identitaire dans l'image de la ville.

Les boulevards qui quand à eux n'ont pas connu de véritable réaménagement restent des axes de passage et de déplacements. La Loire dont la population c'est en partie détournée pendant de nombreuses années revient de plus en plus sur le devant de la scène. L'aménagement des berges pour la promenade est en cours de réalisation depuis 2003. L'inscription au patrimoine mondiale et l'engouement de plus en plus poussé des français pour les éléments naturels pousse les tourangeaux à se retourner de plus en plus vers leur fleuve.

La rue nationale est le référent principal, avec le vieux Tours, de l'image de la ville de Tours. De plus le plan de déplacement du centre ville met l'accent sur les deux places situées d'un bout et de l'autre de celle-ci. Cela renforce encore plus sa situation « d'épine dorsale ».

L'espace gare et le palais de congrès n'ont pas émergé en tant qu'espace public mais l'architecture de la gare et du Vinci sont indéniablement de véritables points de repère et des bâtiments emblématiques de la ville de Tours. L'aménagement réalisé face à la gare apporte un léger pittoresque au site.

Les aménagements ont principalement apportés un plus esthétique aux éléments phares de l'image du centre ville. Tours a toujours été une ville comportant de nombreux référents identitaires et où la morphologie du plan urbain a été de tout temps mis en avant.

**2.2.3 Tisser la cohérence urbaine et renforcer l'espace public**

Depuis les travaux d'Adolphe Alphand et de Jean Claude Nicolas Forestier en France, et ceux de Frederick Olmsted aux Etats-Unis, l'intervention par le biais paysager et de l'espace public dans l'aménagement de la ville occidentale va de soi : mails, promenades, plantations d'alignement, circulations piétonnes, cyclistes représentent des moyens de façonner l'espace public pour lui attribuer des utilités, tous en le rendant attractif.

Ces termes peuvent en grande partie être repris pour les aménagements effectués dans le centre ville Amiénois puisque les aménagements ont été conçus pour façonner l'espace public :

- Lui attribuer des utilités : lieu de détente, de flânerie, d'élément identitaire pour l'ensemble de la ville,
- Tous en le rendant attractif : lieu et place qui attire, commerce, mettre en avant l'effet de « centre » de la ville et donc centre de la vie amiénoise.

Les Aménagements situés dans les centralités fortement peuplées et au tissu urbain compact cherchent à créer et à garantir l'urbanité de l'espace public ; c'est à dire, sa capacité à attirer et à rassembler hors des logiques marchandes confinées.

Pour Donadieu, trois dimensions, sont à prendre en compte lors de l'aménagement de l'espace public:

- Des milieux à vivre, trop souvent oubliée dans les cartes et plans
- En redonnant à la vie naturelle les conditions d'existence et d'évolution qu'elle avait souvent perdues dans la ville
- En créant enfin les conditions spatiales d'une vie sociale urbaine que n'apportent pas les procédures d'urbanisme ordinaire

Ces différents points abordés par Donadieu se retrouvent de manière différente dans les aménagements Amiénois et Tourangeaux. Ces réalisations ont introduit le temps dans leurs stratégies spatiales : le temps historique de la mémoire des lieux, mais aussi le temps à venir.

Pour Amiens, l'aménagement tient plus à la volonté de tisser la cohérence urbaine autour d'un véritable centre, cœur de ville, et pour Tours de renforcer la présence indéniable de l'espace public central.



## 2.3 Une évolution incontestable

Cette partie est principalement axées sur la comparaison entre les discours tenus par les différents acteurs politiques sur la vision de leur ville en 1990 (voir partie III 1) et les effets, modifications engendrés par les aménagements effectués.

### 2.3.1 L'aménagement au service de l'image

A Amiens :

La vision de la qualité de la ville par les acteurs politiques Amiénois mettait en avant plusieurs points faible. Ceux-ci sont aussi à la base de la volonté politique d'agir par le biais d'aménagements principalement effectuée sur l'espace public.

**RAPPEL (Partie III1)**  
**Points faibles (Vision de la qualité de la ville par les acteurs politiques en 1990) :**

La propreté :

- saleté de nombreuses façades ou volets notamment dans les zones d'attractivité (place de la gare, rue des 3 Cailloux, Palais de justice, ...) ;

Attractivité et l'esthétisme :

- L'absence de places et de jardins où les Amiénois puissent vraiment se réunir.
- Une piétonisation minimum encore au stade du « concours d'idées », et incomplète quand elle existe
- Des lieux publics séparés de la vie et de la ville par les grilles, les murs ou les parkings (ex : l'Hôtel de ville ou le Palais de justice)
- Des espaces verts nombreux mais souvent invisibles (jardins de l'ESCAE ou de la préfecture) inaccessibles, ou surtout peu attractifs (square de la place René Goblet ou de la Place en bas de la Rue St Fuscien).
- L'absence d'un projet architectural homogène dans la quartier St Leu et même sur l'ensemble de la ville,
- La place de la gare avec la Tour Perret, soit un ensemble qui est un véritable repoussoir pour les touristes et une image symbole négative qui a déjà trop duré. Faire de la Tour Perret l'image symbole d'une ville qui bouge est stupéfiant.

**RAPPEL (Partie III1)**  
**Les recommandations de de Robien en 1989/90 sont :**

- Faire d'une des places centrales d'Amiens une véritable « place populaire », point fort N°1 de convivialité, symbole du réveil de la ville. La place Gambetta semble toute désignée pour tenir ce rôle à condition bien sûr d'en revoir toute la conception.
- Un hôtel de ville ouvert sur Amiens et donc débarrassé de son parking intérieur voire de ces grilles. Cette formule peut se reproduire avec le Palais de Justice (façade noirâtres, grilles délabrées, parking intérieur alors qu'un parking souterrain se situe à une dizaine de mètres).
- Réussir rapidement la piétonisation avec dans l'immédiat l'aménagement de l'axe piétonnier rue Robert de Luzarches-rue Ernest Cauvin.
- Une politique moderne de mobilier urbain dans le cadre de la piétonisation mais aussi dans tous les quartiers d'Amiens (bacs à fleurs, colonnes Morris annonçant les événements sportifs et culturels, bancs, bacs à sable pour les enfants, éclairages publics, panneaux d'information, ...)

Il souligne que « Ceci implique une écoute permanente de la population et une volonté affirmée de répondre aux sollicitations d'urbanisme les plus minimes. L'imagination doit revenir au pouvoir pour envisager toute solution qui contribuerait à l'embellissement des grandes places d'Amiens (Hôtel de Ville, Gambetta, et surtout place de la gare ) ».

**PARTIE III**      **L'image paysagère évolue t-elle positivement quand les actions d'aménagement du paysage sont impulsées par une volonté politique directe d'agir sur l'image de la ville ?**

En faisant le lien le lien les parties précédentes (Partie III, chapitre II 2.1 et 2.2), on remarque que les aménagement ont apportés une certaine valeur ajouter (que se soit d'un point de vue qualitatif que quantitatif). La volonté de Gille de Robien de créer un véritable centre ville/centre de vie Amiénois à aboutie. Cet aboutissement à été quasi intégrale-ment intégré comme élément identitaire collectif à la ville. Ces actions ont permis de dynamiser et de rendre attractif l'ensemble du centre ville, et cela grâce à la mise en valeur et au renforcement de la morphologie urbaine.

A Tours :

Dans les discours Tourangeaux, peu de place est laissé au points faible, seul les points forts ressortes.

**RAPPEL (Partie III1)**  
**Points forts (Vision de la qualité de la ville par les acteurs politiques en 1990) :**

- L'histoire et les traditions préservés
- Le site originel (capital géographique) mettant en avant l'emprise symbolique de la Loire dans la ville.
- Le milieu et ses caractères avec la douceur du climat, donnant naissance à la présences des jardins.
- La ville bien bâtie grâce à la rigueur induite par l'axe centrale Tranché-Nationale-Grandmont.

Il y a bien là spécification brève mais nette d'un an-crage de la ville dans l'histoire :

- « Tours la millénaire »
- « Tours cité d'histoire »
- « Poursuivant la tradition ... »

**RAPPEL (Partie III1)**  
**Les recommandations Jean Germain vers 1990 sont :**

Jean Germain a particulièrement activé les représen-tations du milieu pour justifier, notamment, la politi-que de fleurissement, de réhabilitation des espaces publics, de réaménagement ou/et de création de jar-dins et de parcs. Cette politique avait - et continue d'avoir, puisqu'elle se poursuit du fait de la réélec-tion de Jean Germain - pour objectif, si l'on analyse les argumentaires déployés au sein du bimestriel Tours d'horizon ainsi que le programme électoral du maire sortant lors de la campagne 2001, d'améliorer la qualité urbaine et de redonner aux Tourangeaux le goût de la cité, d'aménager la ville pour embellir la vie ».

Un constat initial fondait cette démarche : « Tours est une belle ville, mais la qualité des espaces ur-bains s'est dégradée sous l'ère royeriste car Jean Royer était plus sensible aux grands geste urbanisti-ques qu'au traitement fin des lieux publics et des jardins. »

Ce souci de promouvoir la création qui se retrouve dans le plan d'embellissement lancé par la munici-palité en 1996 et vise à requalifier l'ensemble des espaces publics (rues, places, ...).

A Tours, l'aménagement à été au service du maintien de l'image de marque de la ville. La volonté de Jean Germain d'intervenir sur l'espace public vient pour contrecarrer la dégradation qui se fait de plus en plus sentir dans les espa-ces centraux Tourangeaux.

En comparant les indicateurs quantitatifs retenus pour Amiens et Tours, ceux-ci ne laisse pas apparaître de grand changement. Mais les discours tenus par les agences immobilières et les notaires laisse entendre que ces aménage-ments ont permis de maintenir le marché immobilier a un très bon niveau.

Que se soit à Amiens comme à Tours, les opérations d'aménagements effectués sur les places et axes centraux ont porté leurs fruits. Ces opérations ont jouées un rôle fort dans l'image du centre et de la ville dans sont ensemble.



**2.3.2 Des volontés d'améliorer le cadre de vie et l'image de la ville qui ne s'arrête pas qu'au centre ville**

A Amiens, les entrées de ville sont désormais considérées comme constitutives du tissu urbain et elles sont le lien entre centres anciens et périphéries. Vitrine sur la ville, la qualité de leur traitement architectural, urbain et paysager annonce celles des cœurs d'agglomération.

Ces dernières années la politique d'aménagement et d'embellissement amiénois c'est largement penchée sur la question des entrées de ville. De grosses opérations ont vues le jour et continues à être menées.

C'est lors de la remise des prix du troisième concours national des entrées de ville en novembre 2003 que la ville communauté d'agglomération d'Amiens métropole a reçu le premier prix ex æquo avec la communauté d'agglomération périgourdine. Ce premier prix a été accordé à Amiens métropole grâce à la réalisation, de 1997 à 2003, d'aménagements cohérents sur chacun de ses dix axes principaux d'accès :

- Séparation des voies
- Enterrement des réseaux
- Plantation de haies continues
- Plantation de chênes

A tours, l'aménagement le l'avenue de Grandmont bas son plein, ainsi que de nombreux autres projets (dont une partie est liée au Grand Projet de Ville (GPV)). De nombreux quartiers périphériques font l'objet de travaux visant à améliorer le cadre de vie.

Même si le centre ville d'Amiens et de Tours sont désormais des éléments phares de leur image, les volonté politique d'agir sur la qualité urbaine n'en s'arrête pas là.

**2.3.3 Se ne sont pas les seul à tisser la cohérence urbaine**

On retrouve le même souci d'améliorer la qualité urbaine par le paysage urbain, l'espace public a Paris. Dans le 12e arrondissement des liens urbains ont été créer tout en tissant des succession de lieux dans la promenade planté réalisé à partir de 1988. L'aménagement suit l'ancien tracé du chemin de fer qui reliait la Bastille à la Varenne Saint Maur et qui fut désaffecté en 1969. Il eut pour origine la construction de l'Opéra et le souci de la mairie de Paris de mettre en valeur les quartiers Est de la capitale. Sur une longueur de quatre kilomètres et demi, jalonné de viaducs, de tranchées, de chemins creux et de tunnels, le parcours constitue un parc linéaire qui rassemble quartiers anciens et modernes. Cet aménagement fait partie d'une politique urbaine qui « en recousant les plaies laissées béantes par la voie de chemin de fer » installe à Paris un réseau vert de continuités, coulées, traits ou promenades, qui met en scène la capitale depuis l'espace public.

A Strasbourg, en concevant l'aménagement du site du tramway, au sein de la communauté urbain, une véritable politique de liens spatiaux à été mise en œuvre. Dans les quartiers multiculturels fragilisés par le chômage, « l'objectif n'était pas de faire une jolie ville, mais de recréer un tissu dans lequel des gens d'âges et de niveaux sociaux variés puissent vivre ensemble ». Aussi le projet, réalisé de 1991 à 1994, a t-il énoncé des règles simples de coexistence entre la ligne du tramway et son environnement : en ville, rappel des façades par un traitement de la plate-forme en granite rose des indes, mais séparée d'elles par un dallage de béton gris ; en outre, des plantations de tilleuls on affirmé le lien physique et fonctionnel entre les différents quartiers.

Dans ces deux cas, comme dans les cas d'Amiens et de Tours, les projets inventent les formes d'un espace public pour, d'une part, constituer l'identité visible de chaque lieu et d'autre part, créer les condition d'un rapport unitaire avec le contexte urbain.

### III CONFIRMATION DE L'HYPOTHÈSE AVEC QUELQUES NUANCES

#### 3.1 Les opérations d'aménagement agissent sur l'image

##### Rappel :

##### Thème :

Le volet paysager de l'image de la ville

##### Question spécifique :

Les volontés politiques de mener des opérations d'aménagement du paysage permettent-elles de jouer directement sur l'image paysagère de la ville ?

L'espace public est un composant essentiel du paysage urbain. Les opérations d'aménagement menées sur celui-ci agissent de manière directe ou indirecte sur l'image de la ville. Comme nous l'avons vue dans la première partie, l'évolution physique d'un lieu influence le ressenti. « C'est le paysage vécu. Territoire à vision et perception variable, le paysage nous oblige à considérer le site à aménager non plus comme une simple surface plane, mais comme un espace chargé de signes » (Jacques-Marie Loiseau, François Terrasson, et Yves Trochel). C'est cette citation retrace l'influence des opérations d'aménagement sur le « site géographique », le « patrimoine urbain » et sur la « morphologie du plan urbain » (ces notions ont été définies précédemment), et les répercussions qu'ont ces opérations sur la perception et la représentation de la ville. Elles s'appliquent relativement bien au cas d'Amiens et de Tours. Cette répercussion pouvant par la suite influencer directement ou indirectement, volontairement ou non, l'image de la ville.

Par le biais de l'étude de cas qui a été abordé dans ce mémoire, c'est la lisibilité de l'espace paysager urbain mis en avant par Kevin Lynch qui ressort principalement dans la méthode utilisée. Nous pouvons observer que les composants de l'image de la ville pour Lynch (voies, nœuds, limites, quartiers, points de repères) évoluent avec les aménagements qui sont menés sur ceux-ci.

Dans son ouvrage, Kevin Lynch, aborde la qualité visuelle de la ville en étudiant la représentation mentale de la ville chez les habitants de plusieurs villes Américaines. Les théories évoquées par Lynch se retrouvent dans les effets apportés à l'image des villes d'Amiens et de Tours. Lynch met en avant 3 points :

- **Bâtir l'image** : cas particulièrement mis en valeur lors de l'étude de cas des aménagements Amiénois. À la recherche d'un réel centre ville et à des identifiants liés à ce dernier, les opérations d'aménagement ont servi à construire l'image. Pour Tours, la démarche est différente, il ne s'agit pas de bâtir une image, mais de la maintenir et de la préserver.
- **Structure et identité** : aussi bien dans le cas d'Amiens comme dans le cas de Tours, les aménagements ont fait évoluer le caractère des lieux, structure et identité ont donc évolué en même temps.
- **Une image collective** : construire ou préserver les référents collectifs de l'image de la ville. Les réalisations effectuées dans les centres villes Amiénois et Tourangeaux ont permis de créer ou maintenir une identité culturels des lieux et dépassant largement l'image du simple quartier.

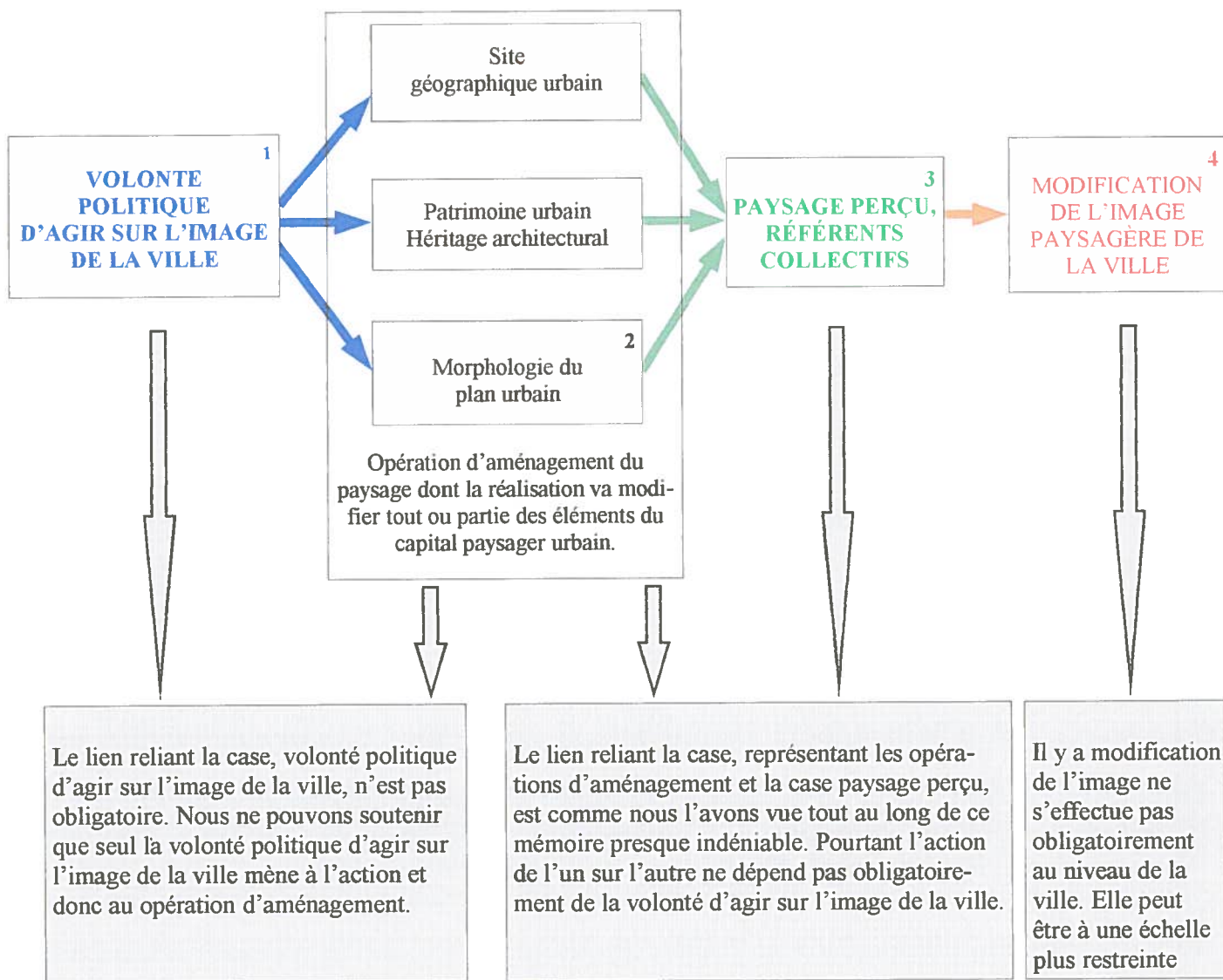
Nous pouvons donc nous permettre d'affirmer que les opérations d'aménagement du paysage permettent de jouer sur l'image paysagère de la ville.

### 3.2 Nuance apporté à l'hypothèse

#### Hypothèse :

L'image paysagère évolue quand les actions d'aménagement du paysage sont impulsées par une volonté politique d'agir sur l'image de la ville.

Dans la deuxième partie, la représentation schématique de l'hypothèse était la suivante :



A ce stade, nous pouvons dès lors confirmé la première partie de l'hypothèse :

Les opérations d'aménagement agisse sur l'image de la ville, mais cela n'est vrai en tout cas que pour les deux étude de cas étudiées ici. Nous ne pouvons la justifier comme généralité. Cette partie de l'hypothèse ce confirme dans les cas présent car les sites retenus à Amiens comme à Tours sont des lieux centraux (hypercentre) et déjà chargé de référents collectifs pour l'ensemble de la ville. Cela aurait pu être tout à fait différent pour d'autre sites.



### **3.2 Les volontés politiques direct d'agir sur l'image grâce aux opérations d'aménagement permet un meilleur contrôle de l'évolution de l'image**

#### **Hypothèse :**

L'image paysagère évolue quand les actions d'aménagement du paysage sont impulsées par une volonté politique d'agir sur l'image de la ville.

Nous avons vues dans la deuxième partie que l'hypothèse serait justifié si (tous ces points ne seront pas abordé ci après, ils le seront dans le chapitre suivant :

- Les acteurs ont dans un premier temps une volonté d'agir sur l'image de la ville, qui se traduit par la suite en actions d'Aménagement du paysage
- Il y a une volonté de maîtriser la relation entre l'image et la qualité de la ville
- Cette volonté et ces actions ont permis d'influencer et/ou de modifier l'image paysagère entre T0 et T1 de façon positive et avec peu de diffraction
- Le sentiment identitaire et l'appropriation des lieux et de la ville par les habitants est plus forte qu'en T0
- Existe un lien fort qui a été créé/ou qui a été amélioré au sein de l'image interne

**Les acteurs ont dans un premier temps une volonté d'agir sur l'image de la ville, qui se traduit par la suite en actions d'Aménagement du paysage**

Que se soit pour le cas d'Amiens ou celui de Tours, les acteurs politiques ( Gilles de Robien, pour Amiens et Jean Germain, pour Tours ) ont en premier lieu souhaiter agir sur l'image de leur ville.

A Amiens cette volonté c'est traduite par une volonté forte de créer un réel centre ville, comme lieu phare et chargé d'identité pour l'ensemble de la ville. Cette volonté c'est réellement traduite par l'aménagement de l'axe des Trois Cailloux et des place Gambetta et de l'Hôtel de ville. Nous avons vue dans le discours de Gilles de Robien que l'intervention par le biais d'une opération d'aménagement de l'espace public central Amiénois a pour but de mettre en scène un lieu de convivialité et de rencontre à l'échelle de la ville ; Un lieu de reconnaissance et reconnu par l'ensemble de la population.

Jean Germain, quand à lui est conscient des référent identitaire porté depuis de longue date par le centre ville de Tours. Sa volonté d'agir sur celle-ci semble, aux yeux de beaucoup, risquée. Il semble que Jean Germain veut se démarquer de son prédécesseur et continuer à améliorer l'image de sa ville. Pour ce faire il axe sa volonté d'agir sur des opérations de qualité de l'espace public. Il veut par ces opérations continuer à soutenir la morphologie urbaine déjà très emblématique de Tours en y apportant une cohérence dans la gamme de matériaux et de mobilier urbain.





## Il y a une volonté de maîtriser la relation entre l'image et la qualité de la ville

Dans les deux villes, on peut observer une volonté de maîtriser la relation entre l'image et la qualité de la ville. Cela en revanche se traduit différemment entre Amiens et Tours.

A Amiens, on se sert de l'amélioration de la qualité de la ville pour créer ou faire naître une nouvelle image. L'aménagement arrive pour tisser un lien fort dans la relation image/qualité de la ville. A Tours, image et qualité de la ville étant déjà très présente dans les référents collectifs, l'action intervient comme un lien pour conforter la relation déjà existante.

### **Cette volonté et ces actions ont permis d'influencer et/ou de modifier l'image paysagère entre T0 et T1 de façon positive et avec peu de diffraction**

Entre T0 (1990) et T1 (de nos jours), l'évolution de l'image paysagère d'Amiens a été flagrante. L'ensemble des indicateurs (qualitatif et quantitatif) retenus nous le prouve. La diffraction ou distorsion qui apparaissait fortement dans les campagnes publicitaires de 1990 ont largement diminué. Amiens a su se positionner sur le marché des villes françaises et se créer, via les opérations d'aménagement, une réelle image portée par la représentation de son nouveau centre ville.

Pour Tours, l'évolution est très différente, les indicateurs ne mettent pas en exergue un réel changement. Mais les personnes interrogées s'accordent pour dire que les aménagements effectués sur l'axe principal de la ville n'ont été que bénéfiques. D'autre souligne le fait que ces aménagements ont été nécessaires pour faire perdurer l'image d'une ville de qualité. Tours n'a jamais vraiment subi de diffractions entre son image et la qualité de la ville. Pourtant d'après Jean Germain, celle-ci présageait d'apparaître par le laisser aller de son prédécesseur au niveau de la qualité des espaces publics centraux.

### **Le sentiment identitaire et l'appropriation des lieux et de la ville par les habitants est plus forte qu'en T0 et il existe un lien fort qui a été créé/ou qui a été amélioré au sein de l'image interne**

Ce point se confirme principalement pour Amiens. Cette ville ayant tellement souffert des fractures laissées par la reconstruction d'après guerre, c'est retrouvé une âme et une cohérence qui avaient disparues. La mise en avant d'un véritable espace public central a véritablement permis de redonner du souffle et du dynamisme à l'ensemble de la ville, ainsi qu'à faire naître un sentiment d'attachement identitaire de la population à celle-ci.

L'attractivité du centre ville s'est développée et le marché immobilier avec la création des axes piétonniers a flambé.

En revanche le sentiment identitaire et l'appropriation des lieux par les habitants ne semble pas avoir été très modifié. Même si beaucoup de personnes s'accordent pour dire que les aménagements effectués ont été bénéfiques. Nous ne pouvons affirmer que se soient ces derniers qui ont permis de maintenir le sentiment d'identité et l'appropriation des lieux. La piétonisation et l'harmonisation de l'espace public semble tout de même avoir permis au centre ville de développer son attractivité.

Il semble à Amiens qu'un lien fort a été créé au sein de l'image interne Amiénoise. Un sentiment de fierté d'être Amiénois apparaît et se renforce de plus en plus. A Tours ce lien n'a été qu'amélioré. Le plan de circulation Tourangeaux y a aussi sûrement joué pour beaucoup, puisque la place Jean Jaurès est un point de passage quasi obligé et obligatoire pour l'ensemble de la ville ; un véritable lieu (nœud selon Lynch) de rencontre et de diffusion des flux dans l'ensemble de la ville.

## CONCLUSION

Nous venons de voir que la première partie de l'hypothèse se vérifiait ou quelques nuances ont été observées :

Les opérations d'aménagement agisse sur l'image de la ville, mais cela n'est vrai en tout cas que pour les deux étude de cas étudiées ici. Nous ne pouvons la justifier comme généralité. Cette partie de l'hypothèse ce confirme dans les cas présent car les sites retenus à Amiens comme à Tours sont des lieux centraux (hypercentre) et déjà chargé de référents collectifs pour l'ensemble de la ville. Cela aurait pu être tout à fait différent pour d'autre sites.

Cette conclusion ne va pas s'attarder sur les éléments que nous avons souligné dans la troisièmes parties de ce mémoire, mais va plutôt s'orienter vers les limites rencontrées pour justifier l'hypothèse. Même si des indicateurs quantitatifs ont été retenu pour apporter des données complémentaires aux indicateurs qualitatifs, le résultat de ces derniers sont à prendre et à interpréter avec prudence (principalement l'évolution du marché foncier).

Cela tout d'abord car comme le constate Fnaim (Fédération nationale de l'Immobilier) la hausse des prix de l'immobilier continue à défier tous les pronostics : 15,4 % en un ans, soit 86,9% depuis six ans. Dans ce cadre, il est difficile de faire la part des choses en ce qui concerne l'augmentation des prix de immobilier à Tours et à Amiens. D'après les entretiens téléphoniques avec les notaires et agence immobilières les aménagements effectués dans les centres ville ont joués un rôle. Il reste tout de même difficile de savoir dans quelles proportions. De plus, on peut aussi supposer que les discours tenus par les agences immobilières et offices notariales sont accompagné d'un certain « chauvinisme » refusant en partie d'admettre que le marché de l'immobilier d'Amiens et de Tours ne fait que suivre la tendance française. Mais on peut aussi supposer que les entretiens téléphoniques réalisé en grande partie de façon directive (question du type : les aménagements effectués dans le centre ville ont-ils influencés l'évolution du marché immobilier ? )

La période retenue pour étudier les modifications engendrés par les opérations d'aménagement correspondant à la période où les plus importantes progression du prix de l'immobilier sont constatées, cela fausse en partie les résultats et la pertinence de cet indicateur.

Ayant considéré que les indicateurs qualitatifs et quantitatifs retenu pour l'élaboration de cette recherche nous permettrait de statuer sur l'évolution de l'image paysagère engendré par les actions d'aménagement du paysage, nous ne pouvons trancher franchement sur ce point, même si les indicateurs qualitatifs tendent à nous le monter.

L'implication et la volonté politique de mener des opérations d'aménagement semble influencer fortement l'image de la ville, c'est ce que met en valeur les indicateurs qualitatifs (principalement pour Amiens) mais cette influence sur l'image des centres villes va t-elle et peut-elle réellement modifier et agir sur les indicateurs quantitatifs retenu, tel que l'évolution du marché immobilier, la question reste posée ?