Dans la vitrine d'Istanbul : consommation et renouvellement urbain sur l'avenue de l'İstiklâl

Julien Lapeyre de Cabanes

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/echogeo/13067>
DOI : 10.4000/echogeo.13067
ISSN : 1963-1197

Éditeur

Pôle de recherche pour l'organisation et la diffusion de l'information géographique (CNRS UMR 8586)

Référence électronique

Julien Lapeyre de Cabanes, « Dans la vitrine d'Istanbul : consommation et renouvellement urbain sur l'avenue de l'İstiklâl », *EchoGéo* [En ligne], 21 | 2012, mis en ligne le 10 octobre 2012, consulté le 11 août 2021. URL : <http://journals.openedition.org/echogeo/13067> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/echogeo.13067>

Ce document a été généré automatiquement le 11 août 2021.

EchoGéo est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International (CC BY-NC-ND)

Dans la vitrine d'Istanbul : consommation et renouvellement urbain sur l'avenue de l'İstiklâl

Julien Lapeyre de Cabanes

- ¹ L'İstiklâl Caddesi (Avenue de l'Indépendance) traverse l'arrondissement de Beyoğlu, le cœur vibrant d'Istanbul depuis plus de cent cinquante ans. Héritière du riche passé de Péra, la ville non musulmane et cosmopolite de l'époque ottomane, cette artère d'un kilomètre et demi connaît un nouvel essor depuis sa piétonisation en 1990. Écartelée entre la préservation de son patrimoine unique et l'explosion de la consommation de masse, l'avenue offre un instantané saisissant des dynamiques d'Istanbul.

Illustration 1 - Dans la foule de l'İstiklâl

Auteur : Julien Lapeyre de Cabanes, 26 mars 2011.

- 2 Avec une foule communément estimée à 1,5 millions de personnes par jour, l'İstiklâl ne connaît pas le vide. L'avenue est l'axe incontournable de déambulation et d'exhibition de tout Istanbul. Cette fréquentation massive et ininterrompue, socialement hétérogène, allie non sans paradoxes la frénésie du shopping, l'activisme politique et une tradition de rencontres indissociable de l'esprit festif et libertaire de Beyoğlu.
- 3 Suspendu au-dessus de la foule, l'entrelacs des affiches et luminaires marque le paysage de cet espace public d'exception. Ce grouillement du décor symbolise la politique menée par les intérêts croisés des pouvoirs publics et des investissements privés dans la construction de la « marque mondiale Istanbul », dont l'avenue est la vitrine soigneusement mise en scène.

Illustration 2 - Grandeur et décadence du patrimoine culturel

Auteur : Julien Lapeyre De Cabanes, 27 avril 2011.

- 4 Cette image résume toute l'ambiguïté de la gestion des héritages de l'İstiklâl depuis les années 1990, entre restauration architecturale célébrant le passé et subordination aux standards de la consommation de masse mondialisée.
- 5 Sur cette photographie, on voit à droite le *Aynalı Pasajı* (ou *Passage d'Europe*) construit en 1871 après le grand incendie de Péra. À gauche, l'ancienne pâtisserie *Markiz* ouverte en 1940, véritable institution du Beyoğlu des années 1950 avec ses faïences Art Déco, sa clientèle élégante d'artistes et d'intellectuels et ses concerts de musique classique. Fermée en 1980, dégradée, elle est rachetée en 1993 par un grand groupe qui entreprend la restauration conjointe de la pâtisserie et du passage voisin, lui aussi tombé en ruine.
- 6 Malgré la restauration réussie et la réouverture de la pâtisserie et du passage en 2003, l'esprit d'antan n'est plus au rendez-vous. La pâtisserie *Markiz* est devenue un restaurant où l'on propose soupe et hamburgers bon marché. Et le *Aynalı Pasajı* a été investi et transformé en grande surface par un groupe français d'électroménager.

Illustration 3 - Un centre commercial sur l'avenue

Auteur : Julien Lapeyre De Cabanes, 23 mars 2011.

- 7 Inauguré en mars 2011, le *Demirören İstiklâl* est le premier AVM (centre commercial) de l'histoire de l'avenue. Le précédent bâtiment, datant du XIX^e siècle, est racheté en 1980 par le groupe industriel *Demirören*, qui fait fermer les commerces en 1996 et lance en 2004 des travaux de démolition pour construire ce gigantesque centre commercial. La construction est entachée de nombreuses illégalités, notamment le doublement de la surface initialement prévue et le non respect de la loi sur le patrimoine limitant la hauteur à celle des immeubles voisins. Malgré de nombreuses manifestations et la défection de l'architecte vedette du projet, l'entreprise est menée à son terme au prix de plusieurs passages en force, et grâce à la collusion de la municipalité.
- 8 Trop haut de deux étages, cet énorme cube blanc de 50 000 m² répartis sur sept niveaux accueille 41 magasins d'enseignes internationales et exhibe sur l'avenue son façadisme à moindres frais, qui imite l'architecture traditionnelle de Beyoğlu sans jamais en approcher l'esprit ni l'élégance. Nouveau phare commercial de l'avenue, le monumental *Demirören* marque une étape de plus dans sa transformation en un espace dédié à la consommation de masse, au mépris des lois patrimoniales et de la mobilisation civique.

Illustration 4 - Le marketing urbain de l'*Istanbul Shopping Fest*

Auteur : Julien De Cabanes, 22 mars 2011.

- 9 Cette installation imitant un sac de courses est un élément du marketing qui a eu lieu sur l'İstiklâl du 18 mars au 26 avril 2011, à l'occasion de l'*Istanbul Shopping Fest*, un événement annuel depuis 2003, inspiré du *Shopping Festival* de Dubaï (1996). Pendant « 40 jours de shopping et de fun » selon le slogan, commerces et hôtels proposent des avantages en tout genre à une clientèle internationale issue notamment des pays turcophones et arabes du Golfe, que les pouvoirs publics cherchent à attirer à Istanbul, dans leur entreprise pour faire de la ville une « marque mondiale ».
- 10 Un graffiti fait entendre une voix discordante, avec une ironie empreinte d'écologisme : « Plantez des arbres, pas des panneaux, connards ! ».

AUTEUR

JULIEN LAPEYRE DE CABANES

Julien Lapeyre de Cabanes, julien.lapeyre-de-cabanes@ens-lyon.fr, est élève normalien en master 2 de géographie à l'ENS Lyon.