



Revue Géographique de l'Est

vol.55 / n°3-4 | 2015

La grande vitesse ferroviaire, entre mythe et réalité

Gravari-Barbas Maria, Renard-Delautre Cécile, 2015, *Starchitecte(s). Figures d'architectes et espace urbain/Celebrity Architects and Urban Space*

Paris, L'Harmattan, 270 p.

Jean-Marie Simon



Publisher

Association des géographes de l'Est

Electronic version

URL: <http://rge.revues.org/5656>

ISSN: 2108-6478

Printed version

Date of publication: 1 octobre 2015

ISSN: 035-3213

Electronic reference

Jean-Marie Simon, « Gravari-Barbas Maria, Renard-Delautre Cécile, 2015, *Starchitecte(s). Figures d'architectes et espace urbain/Celebrity Architects and Urban Space* », *Revue Géographique de l'Est* [Online], vol.55 / n°3-4 | 2015, Online since 29 October 2015, connection on 06 December 2016. URL : <http://rge.revues.org/5656>

This text was automatically generated on 6 décembre 2016.

Tous droits réservés

Gravari-Barbas Maria, Renard-Delautre Cécile, 2015, *Starchitecte(s). Figures d'architectes et espace urbain/ Celebrity Architects and Urban Space*

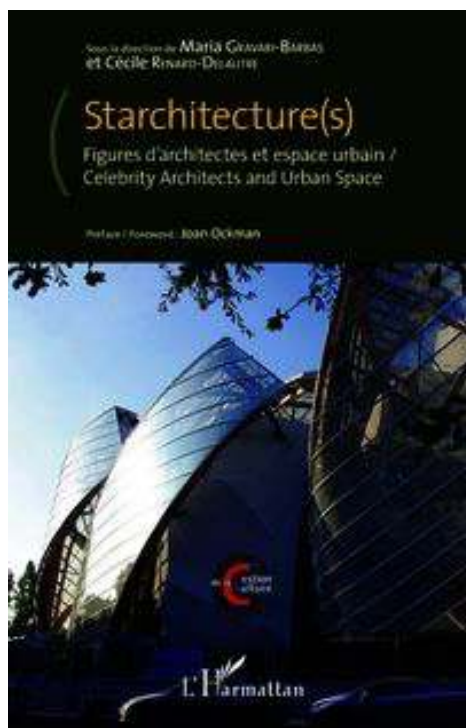
Paris, L'Harmattan, 270 p.

Jean-Marie Simon

REFERENCES

Gravari-Barbas Maria, Renard-Delautre Cécile, 2015, *Starchitecte(s). Figures d'architectes et espace urbain/Celebrity Architects and Urban Space*, Paris, L'Harmattan, 270 p.

- 1 L'ouvrage placé sous la direction de Maria Gravari-Barbas et Cécile Renard-Delautre offre un large tour d'horizon sur certaines pratiques urbaines et architecturales apparues dans les années 1990. Ces pratiques ont pour origine la demande de territoires ou d'entreprises qui sollicitent l'intervention d'architectes mondialement reconnus, les « Starchitecte(s) ». Dix contributions présentent les points de vue de géographes, d'architectes ayant une formation de géographe, d'historiens de l'art et de sociologues ; de façon pertinente de courtes biographies en fin d'ouvrage présentent les formations de chaque auteur et ses travaux sur le thème. L'antériorité de l'approche anglo-saxonne s'exprime dans la présence d'intervenants d'Amérique du Nord ou d'Angleterre, la moitié des auteurs, mais aussi par l'usage par tous, de certains termes : « brand-stretching, flagships, urban-booster, wôw factor ... ». La préface de Joan Ockman est une brillante présentation du phénomène et soulève d'emblée les interrogations sur la durée et la pertinence de ce mouvement.
- 2 L'ouvrage, après l'introduction de Maria Gravari-Barbas, comporte deux parties principales. La première est consacrée aux architectes et à la façon dont ils acquièrent leur statut de star, par des interventions dans différents domaines du design et des comportements médiatiques. L'article de la sociologue Leslie Sklair, « Global Starchitects and iconic architecture in the city of capitalist globalization », décrit les conditions dans lesquelles quatre grandes stars ont émergées, Norman Foster, Frank Gehry, Zaha Hadid et Rem Koolhaas. L'analyse est exhaustive, les débuts de carrière, l'obtention des prix Pritzker, le nombre d'articles de presse, mais aussi le « legs », c'est-à-dire les influences sur l'architecture contemporaine. Donald Mc Neill consacre un article complet à Daniel Libeskind et Cécile Renard-Delautre à Jean Nouvel ; ainsi dès la fin de cette première partie, le lecteur a acquis la connaissance des principaux « Starchitectes ».
- 3 La deuxième partie intitulée « architecture iconique et espace urbain » pose les bases d'une critique et interroge cette architecture, qui prétend donner une image de dynamisme et de créativité à un territoire ; tout en apportant des réponses à un programme classique, généralement un musée. Plusieurs articles démontrent que l'« effet Bilbao », la réussite touristique et l'impact économique accompagnent en fait un travail de fond d'aménagement du territoire concerné. Aussi l'article d'Édith Fagnoni invite à la prudence, car il interroge deux opérations muséales françaises : le Centre Pompidou à Metz et le Louvre à Lens. Certes les fréquentations des premières années furent supérieures aux prévisions en raison de la curiosité des visiteurs locaux. Mais ces fréquentations baissent, car ce public local reste faiblement mobilisé par la dimension muséale et renouvelle peu ses visites. Ces projets architecturaux qui bénéficient de signatures de



renom devaient relancer un dynamisme dans des territoires fragilisés économiquement, mais les résultats ne sont pas encore acquis.

- 4 Le contexte dans les pays d'Asie et du Moyen-Orient est différent, en effet l'appel à des « Starchitectes » accompagne le développement économique, il s'agit de donner une dimension touristique à ces villes et territoires disposant des ressources financières. Caroline Lamy décrit une demande de même nature, lorsqu'elle commente l'attente du monde économique, fondations et commerces de luxe. Il s'agit de créer un intérêt pour le lieu, de provoquer la surprise, le « wôw affect » pour valoriser la marque. Le dernier article, confié à Guillaume Ethier, conclut l'ouvrage par le bilan de cette politique d'appel à de grands noms menée par la ville de Toronto. Si certaines opérations ont réussi et trouvent aujourd'hui un équilibre, d'autres ont quasiment échoué et les gestionnaires des équipements tentent d'atténuer l'impact de certaines images. Un des exemples en est l'extension du Royal Ontario Museum, œuvre de Daniel Libeskind. Aujourd'hui les conservateurs mettent en avant la fonction première du bâtiment et l'image de l'extension a disparu du logo de l'établissement.
- 5 Les « Starchitectes » remplissent aujourd'hui leur carnet de commandes dans les pays à forte croissance économique, alors que les demandes dans les pays occidentaux diminuent pour des raisons économiques, patrimoniales et environnementales. Ils produisent des « objets autistes » par rapport aux territoires, selon l'expression de Maria Kaika, mais répondent en fait aux attentes de nouvelles élites urbaines impliquées dans la mondialisation. Ainsi, si ce recours aux Starchitectes travestit parfois les réalités locales, il démontre aussi la capacité de ces territoires à accueillir la création et la modernité. Cette situation n'est pas nouvelle, de tout temps la ville a construit des monuments pour attirer les populations extérieures, pèlerins ou touristes. Ces monuments nécessaires à l'identité des villes ont toujours recherché l'effet de surprise, tout en répondant à des besoins, culturels, culturels ou économiques. Ce qui est nouveau, c'est que l'effet de surprise est recherché par des prouesses techniques, et pose d'importants problèmes d'entretien au regard de l'usage du bâtiment. Les recherches à venir montreront sans doute la faible pérennité fonctionnelle, technique et économique de certains de ces édifices dont le caractère d'obsolescence est bien le propre des phénomènes de mode et de communication.