

# LE RÔLE DES GRANDS ÉVÉNEMENTS DANS LA « MISE EN TOURISME » DES VILLES

---

Georges Cazes

*Université de Paris I*



# LE RÔLE DES GRANDS ÉVÉNEMENTS DANS LA « MISE EN TOURISME » DES VILLES



Georges CAZES

*Université de Paris I*

## AVERTISSEMENT

1. « L'inflation festive » qui se développe notamment dans le cadre urbain européen est de plus en plus impressionnante et elle est quelques fois relevée par les observateurs à prétention scientifique avec une touche de dérision, voire d'irritation. Il est évident que l'intérêt pour ces phénomènes ludiques et récréatifs doit s'inscrire dans une analyse innovante de la ville comme matérialisation privilégiée du contexte post-fordiste (ou post-fonctionnaliste) dans lequel nos sociétés baignent désormais.

C'est à une révision drastique des thématiques prioritaires qu'une telle approche invite les chercheurs : la « ville festive » - pour reprendre le titre de chapitres de géographes français comme G. Burgel ou M. Barbas-Gravari - s'affirme comme objet de lecture, d'analyse et de compréhension du système urbain, au même titre que les études plus traditionnelles sur le logement ou les activités productives.

2. Une fois admis ce postulat, une des difficultés pour une analyse sereine provient de l'accélération actuelle du phénomène : en effet, la plupart des villes – même celles qui apparaissent *a priori* comme les moins douées dans ce domaine – s'engagent fiévreusement dans des programmes de « mise en tourisme » reposant classiquement sur le triptyque « promotion-équipements-événements », marqués par une innovation permanente rendue indispensable par le contexte concurrentiel farouche dans lequel ils se déploient. Poser et approfondir une réflexion se révèle très délicat lorsque cette dynamique compétitive s'impose partout au point de faire oublier les contraintes ou de masquer les échecs (cf. Exposition internationale de Hanovre ou Millénium de Londres...)

3. Si les dimensions économiques, sociologiques, symboliques ne peuvent être négligées par les géographes, il est évident que leur intérêt va surtout vers les manifestations spatiales et environnementales, depuis les aménagements modestes et ponctuels du tissu urbain préexistant jusqu'aux cas extrêmes où l'événement majeur s'empare de la ville et « produit du patrimoine » (Tour Eiffel, Grand et Petit Palais, Biodôme et Casino à Montréal, Plaza de España à Séville). L'inventaire exhaustif et détaillé des aménagements et équipements réalisés par les villes à ces occasions

événementielles nous paraît encore à établir : il permettrait de construire une typologie compréhensive, d'élaborer un lexique raisonné des formes urbanistiques ainsi produites en fonction des manifestations étudiées. Les aspects sont multiples et complexes, de l'organisation des espaces d'accueil à la gestion des flux de visiteurs, et aux reconversions ultérieures des équipements, en passant par divers autres effets sur l'environnement : on se bornera donc ici – sans prétendre à une connaissance précise de toutes les actions européennes – à exposer quelques réalités et interrogations d'ordre très général.

## I. LA PROLIFÉRATION ÉVÉNEMENTIELLE : POLYSÉMIE ET TYPOLOGIE

Il n'est pas certain que le terme d'événement qui s'est imposé (avec sa déclinaison « événementiel ») soit le plus adapté aux situations auxquelles on fait généralement référence : il évoque, dans son principe étymologique, « ce qui arrive plutôt de manière impromptue », alors que les manifestations ici retenues nécessitent programmation et planification. Le vocable ne semble pas encore avoir reçu la sanction scientifique (il est, en France, absent des dictionnaires de géographie ou d'urbanisme et d'aménagement qui font autorité) mais il présente l'avantage d'être assez vaste et souple pour désigner une extrême variété de phénomènes.

La deuxième question porte sur les seuils éventuellement admissibles : qu'est-ce que le « grand » événement, comment le définir et, surtout, en marquer les limites ? ; pourrait-il s'agir d'une norme internationale, comme il en existe une pour les grands congrès ? Un « grand » événement est-il définissable dans l'absolu ou doit-il s'apprécier en fonction de l'espace d'accueil et de ses capacités intrinsèques ? Au-delà, d'autres paramètres que le seul volume de visiteurs accueillis devraient être pris en considération pour retenir une définition convaincante.

De toute manière, la profusion d'événements relevés peut être représentée et ordonnée au sein d'un tableau matriciel multicritères dans lequel devraient être pris en compte, et précisés autant qu'il est possible, les indicateurs suivants :

1. indicateurs d'envergure : suivant les fréquentations enregistrées ou estimées, l'ampleur des investissements consentis, des effectifs mobilisés, des recettes dégagées... et toute autre information quantitative obtenue.
2. indicateurs de nature et de contenu : thématiques dominantes et connexes, sportives, historiques, culturelles, artistiques, commerciales, scientifiques, pédagogiques, etc.
3. indicateurs de durée et de fréquence : déroulement temporel (et réseau spatial si nécessaire), périodicité, pérennité, ancienneté, exceptionnalité, etc.
4. indicateurs de structure organisationnelle : implications respectives des secteurs publics et privés, soutiens nationaux et/ou locaux, modes de fonctionnement, réglementations éventuelles, politiques de promotion-commercialisation, etc.
5. indicateurs d'implantation : situation et localisation précise, taille des espaces et des

équipements utilisés, extension physique de la « zone de chalandise » (provenance des visiteurs mais aussi des employés) et de rayonnement de la manifestation, etc.

De ce tableau minutieusement élaboré émergeraient à l'évidence :

- les grandes compétitions sportives internationales (Jeux Olympiques de toutes catégories, coupes et championnats du monde de sports individuels et collectifs à thématiques différentes suivant les zones mondiales, courses d'autos, de motos, de chevaux, de vélos) ;
- les grandes Expositions internationales ou universelles (dont Séville a été le dernier grand succès avec 41 millions d'entrées, contre moins de 10 millions à son successeur Lisbonne) ;
- les grands rendez-vous « culturels » tels que les carnivals, les divers festivals (cinéma, théâtre, danse, musiques diverses), les commémorations et inaugurations exceptionnelles (donnant lieu, notamment, à des rassemblements spectaculaires de voiliers), les désignations de villes comme « capitales culturelles de l'Europe » (en moyenne 1 à 2 par an, mais 8 en 2000), les grandes cérémonies religieuses dans les villes-capitales et dans les lieux de pèlerinage prestigieux, éventuellement les manifestations organisées par les grands centres commerciaux périphériques (foires et salons, séminaires divers) ou à l'occasion de grandes conférences internationales réunies par les filiales des Nations-Unies, justifiant un fort encadrement sécuritaire après les incidents récents de Seattle, Nice ou Gênes.

## II. L'ARGUMENTAIRE ÉCONOMIQUE : L'ÉVÉNEMENT THAUMATURGE ?

La question est si vaste qu'elle a déjà justifié et méritera sans doute à l'avenir des études longues et détaillées. On n'en retiendra donc, ici, que quelques aspects essentiels, souvent en discussion, illustrant l'opacité persistante des informations, la difficulté d'appréciation d'effets indirects et/ou induits, la fragilité – et parfois la duplicité, des démonstrations avancées et la confusion des objectifs qui y sont affichés. Quelques points de repère peuvent être mis en exergue dans cette nébuleuse.

1. Dans la dynamique de sa promotion touristique (J. Viard parlerait, à juste titre, de sa « mise en désir »), chaque ville s'efforce de développer ou de ranimer, souvent même de créer, un grand événement spécifique utilisé comme prétexte de bouleversement urbain (cf. les JO), comme enseigne lumineuse continue ou clignotante à des fins d'identification ou d'uniformisation (cf. les festivals), de sensibilisation-mobilisation conjointe (et compensatrice) des visiteurs et, peut-être surtout, des résidents anciens et/ou récents, par principe réservés face aux travaux entrepris... et à leur financement. Dans un tel mode de raisonnement, le grand événement est censé relier touristes et « visités » autour d'une même image flatteuse, volontariste et moderne, gage – comme il est souvent affirmé ingénument - de « solidarité, de rencontre et d'échange, de paix »...

2. Insérés dans un tel discours – plus encore idéologique et politique que strictement électoral et démagogique, les calculs économiques fiables restent rares (ou non communiqués) et leurs indications trop parcelaires, du type de celles qui nous ont été aimablement communiquées par la ville de Québec (cf. tableau 1).

De manière assez générale, on constate que le « petit équilibre » des comptes recettes-dépenses de fonctionnement est réalisé assez couramment mais que le « grand équilibre », avec remboursement des emprunts et amortissements, reste inaccessible, ce qui signifie – dans le contexte de pays comme la France à forte implication publique – d'importantes subventions utilisées en apparence pour le divertissement des visiteurs et, en destination principale, pour la construction coûteuse d'une image identitaire par la mise en œuvre d'un programme de « marketing territorial ». Des montages financiers plus complexes, avec une intervention fédérative du secteur privé, ont débouché sur des réussites souvent citées en exemple comme dans plusieurs grandes villes nord-américaines, britanniques (Birmingham, Liverpool, Manchester ou Glasgow, étudiées en particulier par C. Law) ou flamandes (décrites récemment par M. Jansen-Verbeke).

3. L'évaluation économique souhaitée s'avère d'autant plus complexe que le grand événement s'inscrit généralement au cœur d'une stratégie globale qui l'associe à un ou plusieurs équipements spécifiques qui restent en place (stades de sports, parcs d'attractions, pavillons d'expositions, etc...), à des campagnes promotionnelles exceptionnelles, à des aménagements et réaménagements spatiaux souvent de grande envergure. Dans ce genre d'action, l'objectif central est toujours en effet de convertir l'exceptionnalité en permanence, donc de produire de l'équipement (ensemble commercial, culturel ou récréatif, hébergements divers), de transformer la visite fugace en séjour de quelques nuitées, de programmer les infrastructures de transport en fonction d'une utilisation ultérieure permanente. À la marge, c'est la réalisation même d'un équipement puissamment attractif qui va « faire événement », ce qui est le cas pour les centres de congrès (surtout ceux à destination résolument polyvalente comme le Corum à Montpellier), les musées (exemple emblématique du musée Guggenheim à Bilbao rencontrant un succès imprévisible) ou leur valorisation (à l'exemple de la Pyramide Pei au Louvre à Paris), les grands parcs de loisirs et d'attractions.

4. L'ampleur inusitée de ces événements majeurs – et de toutes les réalisations urbanistiques qui s'inscrivent dans leur sillage – a suscité la mise au point de technologies spécifiques de communication, d'animation, de gestion et, en corollaire, l'émergence et l'affirmation de firmes spécialisées : compagnies cinématographiques et de télévision, sociétés organisatrices de congrès, foires et salons, voyagistes et hébergeurs liés à ces manifestations. Une véritable « industrie de la fête » s'est installée et développée, débordant largement hors de son périmètre originel vers la prise en charge de vastes programmes urbanistiques, sociaux, commerciaux (voire, par exemple, l'ensemble Val d'Europe à Marne-la-Vallée piloté par la société Disney, le modèle de *Celebration* en Floride).

5. Les méga-événements posent non seulement des problèmes de financement, de conception et de commercialisation, mais nécessitent de répondre – et ceci, de manière croissante – à des questions nouvelles et fondamentales sur les capacités du milieu d'accueil à absorber les flux entrants, à garantir leur accessibilité et la qualité de la visite.

Tous les moyens – politiques, économiques, techniques, etc – doivent être simultanément mobilisés pour que, sans réduire les cohortes de touristes et visiteurs divers, leur « accessibilité » soit correctement assurée sans déstabilisation continue. Dans le seul domaine des transports, externes et internes aux agglomérations concernées, plusieurs équipes de recherche européennes conduisent des programmes pluridisciplinaires : celle pilotée par B. Bovy (Institut polytechnique de Lausanne) a observé, sous cet angle, six grandes manifestations très exigeantes en matière de mobilité (cf. tableau 2).

Cette problématique de la « *carrying capacity* », qui est essentielle dans toutes les configurations de pression touristique sur un milieu borné, constitue une bonne illustration de la complexité des éléments à considérer et de leurs interrelations. Les enjeux sont, ici, tout autant socio-culturels, économiques, politiques que spatiaux et environnementaux : la transition est donc logique des premiers vers les seconds, sur lesquels la réflexion géographique débouche naturellement.

### III. RÉPERCUSSIONS TERRITORIALES : LE TISSU URBAIN REVIVIFIÉ ET REMODELÉ

L'analyse géographique s'intéresse tout particulièrement à ce domaine : au-delà de la description factuelle et matérielle des événements et des espaces sur lesquels ils s'impriment, l'important est d'identifier des familles de formes et de localisations pertinentes pour toutes les agglomérations considérées et de repérer les enjeux spatiaux et urbanistiques que les grandes manifestations et leurs équipements-pilotes viennent déclencher ou exacerber.

Les objectifs urbains de la recherche et de l'accueil d'un grand événement sont connus et évoqués plus haut : ils visent à la fois la réussite de l'opération, porteuse d'une image flatteuse et exploitée au plan marketing, et toute une batterie d'aménagements environnementaux à vocation pérenne dont le grand événement est le déclencheur occasionnel, sinon le fallacieux prétexte...

La mise en scène (en « désir ») du tissu urbain en certains de ses points privilégiés, suppose fréquemment une forte réhabilitation patrimoniale qu'une simple fréquentation traditionnelle n'eût pas justifiée.

Celle-ci n'est elle-même qu'un volet des programmes urbains généralement de grande envergure et de conception variée qu'on se bornera ici à classer en quelques grands types :

1. La fonction événementielle comme impulseur, catalyseur de la rénovation d'un patrimoine urbain jusque là mal reconnu ou sérieusement dégradé : voir par exemple l'Arsenal de Metz, les Docks de Marseille, les Abattoirs de Toulouse, l'ancien hôpital à Bruges, le musée d'Orsay à Paris, quartiers artisanaux et industriels ailleurs ;

2. la récupération planifiée de zones intra-urbaines cohérentes pour leur histoire, leur architecture et aussi leur dégénérescence récente : les références classiques sont Barcelone, Séville ou Lisbonne, puis aussi, de façon plus générale, quelques localisations-types :

- les « fronts d'eau » de toutes sortes, abandonnés par l'activité portuaire et réveillés notamment par la fonction touristique-ludique, elle-même inaugurée par un événement d'ampleur diverse qui bouleverse totalement la situation de ces friches d'attente : Maria Barbas a bien montré l'articulation qui s'est instaurée entre ces « *waterfronts* » et les « *festival market place* », détenteurs de l'animation urbaine ;

- les cœurs de ville, avec des aménagements classiques (plateaux piétonniers, hôtellerie, fleurissement, prolifération de marchés nocturnes, de Noël, thématiques..., fonction muséale) et où le grand événement, trop à l'étroit physiquement, installe sa vitrine publicitaire et informative (cf. par

exemple les « plans-lumière » dans le sillage de Lyon et de sa remarquable soirée annuelle d'éclairage de la ville) ;

3. les événements d'importance exigent aussi des implantations spécifiques généralement péri-urbaines qui, grâce aux infrastructures et équipements réalisés, s'intégreront plus harmonieusement dans la « métapolis » (F. Ascher) : parmi les cas emblématiques on pourra évoquer la filiation des JO à Barcelone, du parc Disney à Marne-la-Vallée, des aménagements géants pour foires, salons et congrès divers à Birmingham ou à Francfort, etc.

Le problème le plus ardu est celui de la reconversion de ces espaces, une fois l'événement exceptionnel (JO, Exposition universelle, commémoration, etc) terminé : les difficultés persistantes de Séville et le long endettement de Montréal sont là pour en attester. À l'inverse, l'expérience britannique des « *Garden festivals* » est relevée pour avoir ménagé habilement la transition entre la période événementielle et l'installation de zones péri-urbaines fleuries : les risques d'enclavement de la manifestation et du retour ultérieur à la friche sont ainsi conjurés, de même qu'avec les bases nautiques périphériques (ex. de Vaires, entre Paris et Marne-la-Vallée).

4. Le cas limite, sans doute le plus rare et le plus intéressant, est celui des villes – plutôt de taille moyenne – qui se sont suffisamment identifiées à une configuration événementielle particulière (festival, feria, carnaval) pour aménager le décor urbain en conséquence : le cas d'Angoulême, diffusant à travers toute l'agglomération et toute l'année des éléments rappelant l'important « Festival de la bande dessinée » est souvent cité ; il peut être rapproché de quelques villes vivant au rythme de leur festival de musique et d'opéra comme Bayreuth ou Salzbourg.

Les aménageurs tentent, dès que l'opportunité leur en est donnée, de « semer » la manifestation et ses effets économiques et urbanistiques (par référence au fameux « *Sembrar el petroles* » du Venezuela) : c'est l'un des intérêts majeurs des divers lieux de compétition des JO et c'est aussi l'une des solutions préconisées à Florence pour accueillir le flot touristique également dans les quartiers et faubourgs de la ville afin d'alléger un centre saturé et agressé.

## CONCLUSION

La question des grands événements et de leur rôle dans le développement touristique urbain – qui n'a été qu'ébauchée dans ce texte introductif au colloque – croise des problématiques très centrales dans la recherche touristique actuelle.

Brièvement énumérés, on y relèvera les questionnements majeurs sur :

- la qualité et le degré d'urbanité des agglomérations en fonction de critères qui, au-delà de la taille démographique et des activités recensées, s'efforceront de mesurer l'attractivité ;
- la notion extrêmement complexe et constamment changeante de patrimoine, notamment en relation avec l'événementiel, à la fois usager et producteur ;
- les évolutions respectives du domaine privé et de l'espace public, ce dernier étant de plus en

plus convoité et rétréci face aux usages mercantiles dominants : le débat classique dans les recherches notamment touristiques sur ouverture et protection d'un environnement précieux, trouve ici l'une de ses plus convaincantes illustrations ;

- en corollaire, les difficultés et les novations de la gouvernance des villes – dans le domaine social, économique et technologique – entrent ainsi dans la réflexion sous l'angle de la promotion et de la compétition urbaines ;
- au-delà de la discussion de principe, commencent à s'élaborer et à se diffuser des méthodes de gestion des flux et des espaces confrontés à des fréquentations sommitales, largement engendrées par les exacerbations événementielles ;
- enfin, se profilent et se matérialisent, par ce biais, les observations et discussions sur les mobilités, particulièrement de loisir, désormais dominantes, et sur la réponse des territoires : spécification ou ubiquité, intégration ou ségrégation, planification–programmation ou concurrence débridée.

Tableau 1 – Exemple du chiffre d'affaires produit par quatre grandes manifestations dans la ville de Québec (en dollars canadiens), d'après l'Office du tourisme de la communauté de Québec

| Événement   | Transat<br>1996                                | Carnaval<br>1997            | Festival<br>d'été 1996    | Nouvelle-France<br>1997    | TOTAL                       |
|---|--|-----------------------------|---------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| <b>Catégories</b>   | <i>répartition en 000\$ (répartition en %)</i> |                             |                           |                            |                             |
| Hébergement commercial                                    | 995,4<br>(28,6 %)                              | 4 622,7<br>(13,9 %)         | 5 331<br>(13,5 %)         | 782,7<br>(23,6 %)          | 11 731,8<br>(14,8 %)        |
| Restauration, bars  | 1 248,2<br>(35,9 %)                            | 21 644,8<br>(65,3 %)        | 8 806<br>(22,3 %)         | 1 224,8<br>(37,0 %)        | 32 923,8<br>(41,4 %)        |
| Transport, essence, location<br>de voiture, stationnement | 260,5<br>(7,5 %)                               | 880,2<br>(2,7 %)            | 9 910<br>(25,1 %)         | 229,1<br>(7,0 %)           | 11 279,8<br>(14,2 %)        |
| Achats de vêtements,<br>d'articles                        | 411,8<br>(11,9 %)                              | 1 761,6<br>(5,3 %)          | 7 230<br>(18,3 %)         | 262,8<br>(7,9 %)           | 9 666,2<br>(12,2 %)         |
| Divertissements<br>et loisirs                             | 190,7<br>(5,6 %)                               | 1 044,1<br>(3,1 %)          | 2 922<br>(7,4 %)          | 170,0<br>(5,1 %)           | 4 326,8<br>(5,4 %)          |
| Autres achats divers                                      | 353,2<br>(10,2 %)                              | 1 637,9<br>(4,9 %)          | 5 293<br>(13,4 %)         | 324,3<br>(9,8 %)           | 7 608,4<br>(9,6 %)          |
| Dépenses de catégorie<br>Forfait                          | 20,4<br>(0,1 %)                                | 1 572,7<br>(4,7 %)          | n.d.<br>-                 | 318,9<br>(9,6 %)           | 1 912,0<br>(2,4 %)          |
| <b>Total des dépenses</b>                                 | <b>3 480,1<br/>(100 %)</b>                     | <b>33 164,0<br/>(100 %)</b> | <b>39 492<br/>(100 %)</b> | <b>3 312,6<br/>(100 %)</b> | <b>79 448,8<br/>(100 %)</b> |

Tableau 2 – Exemple de six grandes manifestations européennes et de l'organisation des systèmes de transport (source B. Bovy, revue Transports, 2000)

| Caractéristiques                                     | EXPO'98<br>Lisbonne (P)                               | MONDIAL '98<br>Paris (F) <sup>1</sup>          | FdV'99<br>Vevey (CH)                          | Jubilée 2000<br>Rome (I) <sup>3</sup>                       | JO Sydney 2000<br>Sydney (AUS) <sup>4</sup>                  | EXPO'01<br>Trois lacs (CH)                        |
|--|---|--|---|---|--|---|
| <b>Temporelles</b>                                   | tous les 4 ans<br>non<br>4 mois                       | tous les 4 ans<br>non<br>1 mois                | tous les 22-25 ans<br>oui<br>2/3 semaines     | aucune<br>non<br>1 année/2 jours                            | tous les 4 ans<br>non<br>2/3 semaines                        | tous les 20-25 ans<br>non<br>6 mois               |
| <b>Spatiales</b>                                     | unique<br>urbain<br>métropolitain<br>durable/éphémère | multiple<br>urbain<br>métropolitain<br>durable | unique<br>urbain<br>ville moyenne<br>éphémère | unique/multiple<br>péri-urbain<br>métropolitain<br>éphémère | multiple<br>péri-urbain<br>métropolitain<br>durable/éphémère | multiple<br>urbain<br>villes moyennes<br>éphémère |
| <b>Équipements transport</b>                         | oui<br>oui<br>22'000 places                           | oui<br>non<br>6'000 places                     | non<br>non<br>prov./5'000 places              | non<br>non<br>26'000 places bus                             | oui<br>non<br>non  | oui/partiel<br>non<br>prov./10'000 pl.            |
| <b>Offre de transport</b>                            | oui<br>oui<br>non                                     | oui<br>non<br>oui/partiellement                | oui<br>non<br>oui                             | non<br>oui<br>oui   | oui<br>oui<br>oui  | oui<br>oui<br>oui/partiellement                   |
| <b>Gestion des transports</b>                        | non<br>non<br>non<br>non                              | oui<br>oui<br>non<br>oui                       | non<br>oui<br>non<br>oui                      | non<br>oui<br>?<br>non                                      | oui<br>oui<br>oui<br>oui                                     | non<br>oui<br>oui/partiellement<br>non            |
| <b>Affluence</b>                                     | 10<br>185'000   | 2.8 / 0.7 <sup>2</sup><br>80'000               | 0.65<br>60'000                                | 22<br>2'000'000   | 6.5<br>400'000   | 10<br>150'000                                     |
| <b>Répartition modale des spectateurs/visiteurs*</b> | 50% / 45% / 5%  | 75% / 20% / 5%                                 | 60% / 25% / 15%                               | 98% / 0% / 2%   | 100% / 0% / 0%   | 60% / 35% / 5%                                    |

Notes :

- 1) Coupe du Monde de Football 1998 : seul le cas du Stade de France à Paris/St-Denis est présenté. Le Mondial comportait 10 sites de compétition répartis dans toute la France et tous réels par TGV.
- 2) 2,8 millions de spectateurs «live» dont 700'000 au Stade de France.
- 3) Jubilé 2000 à Rome : seul le cas de la XVIème Journée mondiale de la jeunesse les 19 et 20 août 2000 est présenté.
- 4) Jeux Olympiques Sydney 2000 : seul le cas du Parc olympique de Sydney (19 des 39 disciplines) est traité. Les Jeux de Sydney englobent 12 sites de compétition ainsi que des matchs de football à Melbourne, Canberra et Brisbane.
- 5) Répartition modale sans les flux liés à la logistique de la manifestation.