

URBANISME, Paris 2010.

L'Expo 2010 de Shanghai (mai - octobre 2010), une leçon d'aménagement.

Indépendamment de leur contenu les grandes expositions internationales soulèvent de par leur conception, leur financement, leur réalisation et leur destination ultérieure, des questions intéressant l'urbaniste. Shanghai 2010 n'y faisait pas exception. Ses boulevards intérieurs, ses deux niveaux de voirie piétonne, l'incorporation de friches industrielles, entre autres la superbe centrale électrique Nanshi (1897), les deux stations de métro intérieures au site et y donnant accès depuis la ville (pour les seuls détenteurs de tickets d'entrée) et les pavillons destinés dès le départ à une utilisation ultérieure, nous ont semblé être des plus astucieux.

Au niveau politique l'opération Expo a permis une mobilisation de la population (quelque 200.000 volontaires) autour d'une manifestation triomphaliste post olympique. Le pavillon chinois était, comme il se doit, le plus spectaculaire, en forme de pyramide inversée, et montrait tous les facettes des progrès accomplis par la Chine depuis 1949 et sa longue marche vers un respect accru de l'environnement des villes, sinon de leur patrimoine. Malgré ses dimensions imposantes le pavillon ne pouvait accueillir qu'une partie des candidats visiteurs. Un système de quotas par jour permettait à ceux qui arrivaient très tôt d'avoir une chance de visiter le pavillon à un moment déterminé de la journée. Ce système de quotas mâtiné de loterie n'est pas sans rappeler celui utilisé pour la mise en service de voitures. L'augmentation du parc automobile étant fixée à quelque 10.000 véhicules par an, une mise aux enchères mensuelle attribue les plaques mises en service (en moyenne 5.000 Euro par plaque).

Le pavillon américain quant à lui pratiquait la propagande directe. Sur un écran géant le président Obama célébrait la grandeur de son pays et l'amitié sino-américaine, tandis que des vedettes sportives, notamment un basketteur et une boxeuse, s'adressaient en chinois aux visiteurs. Des messages sponsorisés chantaient les vertus de l'American Way of Life et lui promettaient un avenir radieux. A l'inverse le pavillon canadien célébrait la ville « inclusive » et la campagne, les paysages et la culture. Le pavillon japonais exaltait le dialogue entre générations, la biodiversité et la robotique au service du troisième âge. Le pavillon espagnol, entièrement couvert de paillassons, se voulait écologique, tandis que les pavillons français et italien se voulaient un caléidoscope des productions nationales, notamment la haute couture. La France avait emprunté pour son pavillon sept tableaux originaux célèbres du Musée Orsay. Comme la vitre de protection était assez loin des tableaux de bonnes reproductions auraient sans doute fait l'affaire. La cour intérieure était tapissée de murs verdurisés, d'un bel effet. La Grande Bretagne avait choisi de ne rien montrer du pays mais de présenter une spectaculaire « cathédrale de graines » illustrant la bio diversité. La Belgique montrait sa station de recherche polaire, 100% autarcique en énergie et retraitement, et optait par ailleurs pour une approche pragmatique axée sur la vente de produits. Les biscuits caramélisés étaient offerts à l'unité aux visiteurs entrants et vendus par paquets à la sortie. Il se disait que la vente combinée des gaufres, frites, chocolats et diamants (surtout ces derniers) avait couvert la

totalité du coût du pavillon, y compris son démontage imposé. En effet le pavillon était entièrement démontable en vue de la remise de ses composantes sur le marché, notamment les équipements lui assurant une consommation d'électricité proche de zéro. L'Allemagne reprenait le système qui avait fait son succès à l'Agua Expo de Saragosse, à savoir une multitude de réalisations de pointe certifiées relatives à l'environnement, axées sur l'exportation technologique, une combinaison de « Grundigkeit » et de marketing.

Une partie de l'Expo était consacré aux « bonnes pratiques » en matière urbaine. En fait il s'agissait de quelque 80 villes ou régions invitées moyennant finances à montrer leurs attraits. Il s'agissait donc surtout d'un panorama des bonnes pratiques en marketing urbain, non sans intérêt d'ailleurs (Malmö notamment).

Enfin un aspect important de l'expo était le fait que beaucoup de grands pays et institutions internationales avaient organisé un programme d'évènements parallèles. Ainsi une « EU-China Science and Technology week » a permis à la Commission européenne de présenter à ses invités Chinois (et aussi Européens) les apports de plusieurs dizaines de projets scientifiques et technologiques innovants. Un débat sur la ville du futur a permis de confronter les visions respectives en matière d'urbanisme et de souligner les efforts de recherche européens dans ces domaines touchant tant à la prospective qu'aux grands enjeux des villes¹.

Pierre Laconte est secrétaire général honoraire de l'Union internationale des transports publics et membre du comité exécutif de l'Association internationale des urbanistes. Il est vice président du Comité scientifique de l'Agence européenne pour l'environnement et présentait la ville du futur à la semaine européenne/chinoise de la science et de la technologie de l'Expo 2010.

¹ Une publication "World and European Sustainable Cities" (EUR 24353) a d'ailleurs été publiée à ce sujet et toutes les présentations sur ce thème sont disponibles sur: http://ec.europa.eu/research/social-sciences/index_en.html