



Les «Utopies Réalisées»  
Patrimoine architectural du XX<sup>ème</sup> siècle  
en région urbaine lyonnaise



Le Musée urbain  
Tony Garnier à Lyon



Les Gratte-ciel de Villeurbanne



Les Etoiles de Renaudie à Givors



Le Couvent de la Tourette  
à Eveux près de l'Arbresle



Le site Le Corbusier  
de Firminy-Vert

## [ Les Utopies Réalisées : du concept à la mise en œuvre ]

### >> Les utopies urbaines du XX<sup>ème</sup> siècle pour séduire les touristes

Le tourisme urbain est un marché extrêmement concurrentiel, et la performance des villes réside dans leur capacité à étoffer et renouveler leurs offres en créant de nouveaux produits à caractère singulier, facteur de différenciation et de rayonnement.

Pour s'inscrire dans une telle stratégie, la RUL porte une opération-pilote basée sur la mise en réseau de 5 sites emblématiques du patrimoine architectural du XX<sup>ème</sup> siècle que sont :

- le Musée urbain Tony Garnier à Lyon
- les Gratte-ciel de Villeurbanne
- les Etoiles de Renaudie à Givors
- le Couvent de la Tourette à Eveux près de l'Arbresle
- le site Le Corbusier de Firminy-Vert

Le choix de la thématique des « Utopies Réalisées » donne au projet son caractère original et singulier. En effet, chacun de ces cinq sites représente en lui-même une réalisation remarquable de l'architecture ou de l'urbanisme moderne sur le plan national et international.

Mais l'intérêt de les réunir dépasse largement la simple addition de leurs qualités respectives. Ensemble, ils racontent une histoire, celle du Mouvement Moderne architectural et urbain du XX<sup>ème</sup> siècle, depuis sa phase pionnière et d'avant-garde à Villeurbanne et à Lyon, jusqu'à son apogée à Firminy et Eveux, puis sa contestation et son renouvellement à Givors.

Leur récit est porteur des utopies sociales et urbaines du XX<sup>ème</sup> siècle, fruit de la rencontre entre des architectes d'avant-garde et des maires audacieux, partageant la conviction que l'architecture et l'urbanisme modernes peuvent contribuer à un monde meilleur.

Ces cinq sites sont autant de réflexions sur la vie urbaine et la transformation de la cité, sur l'architecture comme vecteur de lien social et recherche d'épanouissement des habitants.



## >> Une démarche méthodologique solide

Le projet concilie la qualité du contenu culturel et une approche marketing structurée. Il se construit en plusieurs étapes :

### la définition de la stratégie marketing

Elle a permis d'identifier le positionnement (thème des Utopies Réalisées) qui a été testé en focus-group, ainsi que les publics cibles. Deux cibles prioritaires sont identifiées :

- un public « spécialisé », amateur de patrimoine XX<sup>ème</sup> siècle, jouant un rôle de prescripteur vis-à-vis d'autres publics
- un public « éclairé », amateur de sites culturels sortant de l'ordinaire

Le public scolaire fera l'objet d'une attention particulière.

Cette étape a été conduite en 2006 avec l'appui du cabinet Nova 7.

### l'élaboration du contenu culturel

C'est un travail de recherche sur la thématique des Utopies Réalisées, qui met en partage un savoir commun sur l'ensemble des 5 sites, les situe dans le contexte architectural et urbain du XX<sup>ème</sup> siècle, et définit la double-nature des Utopies Réalisées ainsi que la place qu'occupe chaque site dans ce récit.

Ce travail a été réalisé en 2007 par Gilles Ragot, historien de l'art.

### l'élaboration de la stratégie de mise en tourisme

Il s'agit de définir les outils de médiation touristique, le plan de communication, et un calendrier de montée en puissance du produit (cf. ci-après).

Cette étape a été conduite courant 2007 avec l'appui des cabinets Les Clés du Patrimoine et Alambret Communication.

### des expérimentations ponctuelles lors des Journées du Patrimoine en 2006 et 2007

Il s'agit de visites organisées sur ce thème, de conférences, de parcours jumelés avec promenade en bateau sur le Rhône...

### Le réseau des Utopies Réalisées

Le projet est conduit dans le cadre d'une démarche partenariale qui réunit :

- Les responsables des 5 sites
- Les Offices de Tourisme du Grand Lyon, de Saint-Etienne Métropole et de Givors
- Le Grand Lyon
- Saint-Etienne Métropole
- La Maison du Fleuve Rhône
- La Mission d'Ingénierie de Rhône-Alpes Tourisme (MITRA), en appui méthodologique





## >> 5 idées-forces pour la mise en tourisme

La stratégie de mise en tourisme repose sur les principes suivants :

### **créer un lien pérenne entre les sites via des rendez-vous récurrents**

Il s'agit d'inscrire les Utopies Réalisées dans des événements existants et des temps forts récurrents tels que les Journées du Patrimoine, la Fête des Lumières, les biennales,...

### **faire de chaque visite une expérience vivante, personnelle et unique**

La mise en scène des appartements-témoins de manière différenciée autour de thèmes liés aux Utopies Réalisées, grâce à des techniques sensorielles originales, permettra de rendre les lieux vraiment vivants et d'immerger le visiteur dans la vie de ces lieux habités.

### **proposer une approche inédite des sites : prendre de la hauteur**

Faciliter la compréhension des projets urbains, offrir une vision globale des sites, et proposer un point de vue original sur chacun d'eux, tels sont les avantages de cette approche qui envisage la mise en place de visites depuis des points en hauteur (toits, sommets de collines avoisinantes, ...), la réalisation de films vus du ciel, ou de visites en avion ou hélicoptère.

### **miser sur l'avant-garde et promouvoir les utopies de demain**

Ces 5 sites ont été en leur temps des laboratoires pour expérimenter de nouvelles visions de la ville et de l'habitat. Leur valorisation doit aujourd'hui conserver cet état d'esprit en faisant des Utopies Réalisées un lieu de référence en matière d'architecture et d'urbanisme contemporains. Un concours d'architecture ou de design pourra par exemple être organisé de manière récurrente autour de thèmes puisés dans le contenu culturel.

### **parler aux habitants : réappropriation des lieux et de la thématique**

Afin de ne pas déposséder les habitants de leur lieu de vie [ce qui irait à l'encontre de l'état d'esprit des concepteurs], il importera d'intéresser et valoriser les habitants dans le projet, et de proposer une offre conçue pour eux [les habitants ou publics locaux peuvent aussi devenir prescripteurs du projet].



Les Utopies Réalisées ont fait l'objet d'un court-métrage qui, grâce au témoignage de l'historien Gilles Ragot, permet de découvrir les 5 sites au travers du prisme des Utopies Réalisées. Cette vidéo est visible en ligne sur [www.regionurbainedelyon.fr](http://www.regionurbainedelyon.fr).





## >> Planning du projet

|                                                       | >> 2008                                                                                                                                                             | >> 2009                                                                                                                                    | >> 2010                                                                                                                                                                                          | >> 2011                                                                                                                       | >> 2012                                                                                                                               | >> 2013                                                                               |
|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| >> Plan de communication                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition de la marque</li> <li>- Création de l'identité visuelle</li> <li>- Réalisation d'un document d'appel</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Constitution d'un fichier commun des publics et prescripteurs</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relations et suivi presse</li> </ul>                                                                                                                    |                                                                                                                               |                                                                                                                                       |                                                                                       |
| >> Outils de médiation touristique                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Guide papier</li> <li>- Formation des guides</li> </ul>                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Site internet</li> <li>- Audio-guides mp3</li> <li>- Panneaux d'interprétation</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publication d'un ouvrage de référence</li> <li>- Réalisation de photos ou d'un film vu du ciel</li> </ul>                                               |                                                                                                                               |                                                                                                                                       |                                                                                       |
| >> Événementiel : création ou participation           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Journées Européennes du Patrimoine</li> </ul>                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biennale d'Art Contemporain</li> <li>- Journées Européennes du Patrimoine</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biennale du Design de Saint-Etienne</li> <li>- Mise en place d'un concours de jeunes créateurs</li> <li>- Journées Européennes du Patrimoine</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biennale d'Art Contemporain</li> <li>- Journées Européennes du Patrimoine</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biennale du Design de Saint-Etienne</li> <li>- Journées Européennes du Patrimoine</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capitale Européenne de la culture</li> </ul> |
| >> Enrichissement de l'offre de chacun des cinq sites | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visites guidées sur le thème des utopies réalisées</li> </ul>                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Scénographie des appartements-témoins</li> <li>- Mise en place de visites panoramiques</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                               |                                                                                                                                       |                                                                                       |

