



**HAL**  
open science

## UNE COURSE VERS LE CIEL

Clarisse Didelon

► **To cite this version:**

Clarisse Didelon. UNE COURSE VERS LE CIEL. M@ppemonde, 2010, 03 (99), 17 p. halshs-00598437

**HAL Id: halshs-00598437**

**<https://shs.hal.science/halshs-00598437v1>**

Submitted on 6 Jun 2011

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**UNE COURSE VERS LE CIEL**  
**MONDIALISATION ET DIFFUSION SPATIO-TEMPORELLE DES GRATTE-CIEL**

Clarisse Didelon  
MCF-Géographie – Université du Havre  
UMR 6228 IDEES – Equipe CIRTAI  
clarisse.didelon@univ-lehavre.fr

« Nous construisons à une hauteur qui rivalisera avec la tour de Babel ».

William le Baron Jenney, 1883

« Les signes s'exposent dans une matière, une forme et plastique qui ont une double fonction d'usage et de représentation »

Frémont A., 1976

## **Introduction**

Le débat sur la construction de tours est récurrent dans les capitales européennes<sup>1</sup>. Si Londres, s'est lancée dans la course au gratte-ciel avec les constructions récentes de « *One Canada Square* » (1991, 235 mètres), le plus haut immeuble habitable de Grande Bretagne à *Canary Wharf*, et du « *Swiss Re Building* » (2004, 180 mètres) à la « *City* », la plupart des autres capitales européennes semblent à la traîne, même si quelques villes telles que Vienne ou Frankfort (Károlyi, 2007). Dans la capitale française, les réticences sont encore fortes à la construction de tours, et au cœur de Paris la tour Montparnasse (1972, 210 mètres) et la tour Zamansky (1970, 90 mètres) sont finalement bien isolées dans les arrondissements centraux, tandis que dans certains arrondissements périphériques ont fleuri quelques bouquets de tours aujourd'hui décriées, telles que celles du Front des Seine (16 tours de 96 mètres dans le 15<sup>ème</sup>), celle du quartier des Olympiades et du quartier Massena (13<sup>ème</sup>) et enfin les Orgues de Flandre et la tour de Flandre dans le quartier de la Villette (19<sup>ème</sup>). A quelques kilomètres, hors des murs de la capitale, le quartier d'affaires de la Défense se hérissé de tours de plus en plus hautes, tandis que les plus anciennes sont « régénérées » dans le but affiché d'attirer les investisseurs et les promoteurs étrangers (Paquot, 2007). On le voit d'emblée, ce sont surtout les quartiers d'affaires, la *City*, *Canary Wharf*, la Défense, *Bankenviertel* qui sont des quartiers de gratte-ciel. Le lien entre ces bâtisses et les sphères économiques et financières paraît donc primordial. En effet, la dynamique du secteur de l'immobilier est fortement corrélée aux conjonctures économiques nationales ou mondiales, d'autant plus pour les immeubles de grande taille dont la construction est particulièrement onéreuse et fortement dépendante des investissements disponibles. Pour autant, il existe d'autres ressorts à la construction de ces impressionnants bâtiments, qui sont autant, sinon plus, importants. Les gratte-ciel sont en effets des emblèmes d'une entreprise, d'une ville, voire d'un pays, des signaux qui sont envoyés sur la scène mondiale avec des objectifs bien précis qui relèvent essentiellement du marketing urbain.

Dans une première partie, après avoir défini ce que nous entendons par tour et par gratte-ciel nous reviendrons brièvement sur l'histoire, très bien documentée par ailleurs, de leur apparition, de leur diffusion et de leur croissance, en nombre, comme en taille. Ensuite, nous nous attacherons à montrer les liens à la fois

---

<sup>1</sup> Ce débat c'est doublé récemment d'une discussion de l'intégration des tours dans la "ville durable". Dévoreuse d'énergie, d'air et de lumière pour les uns, elle est pour les autres, un modèle à suivre face à l'extension urbaine et à l'utilisation de l'automobile, d'autant plus que les tours "HQE" pour "Haute Qualité Environnementale" voient le jour.

fonctionnels et symboliques qu'ils entretiennent avec les entreprises auxquelles ils appartiennent, et les villes dans lesquelles ils sont localisés. Nous nous attarderons sur la manière dont ils peuvent être utilisés dans la communication, la construction d'une image. Enfin, nous nous pencherons sur le rôle qu'ils acquièrent à l'échelle mondiale et comment ils symbolisent la puissance et le potentiel des Etats en nous appuyant sur les dynamiques spatiales et temporelles qui expliquent leur répartition, avant de voir dans quelle mesure ils constituent, finalement, un symbole de dynamisme et de puissance projeté sur la scène mondiale.

## I. Tours et gratte-ciel

Dans pratiquement toutes les cultures on observe une tendance commune, celle de construire vers le ciel (Dupré J., 2005) souvent à des fins de prestige. Ces constructions en hauteur ont pu prendre des formes diverses, depuis les pyramides égyptiennes ou mexicaines jusqu'aux clochers des cathédrales ou aux minarets des mosquées en passant par les beffrois et autres campaniles qui ont pu faire l'objet d'une véritable concurrence dans les villes européennes. Jusqu'à la fin du 19<sup>ème</sup> siècle, ces monuments étaient pratiquement les seuls bâtiments de grande taille dans les villes.

### 1.1. « Pourquoi les gratte-ciel » ?

La construction de gratte-ciel fait des débuts timides à la fin du 19<sup>ème</sup> siècle. S'il est difficile d'identifier, et par conséquent de dater, le premier gratte-ciel construit, il est par contre certain que ce sont les entrepreneurs de New York et Chicago qui sont les précurseurs dans cet exercice. Malgré la querelle entre les deux villes, il semblerait tout de même que le premier immeuble considéré comme un gratte-ciel soit celui d'une compagnie d'assurance, le *Home Insurance Building* (10 étages, 42 mètres) achevé à Chicago par William LeBaron Jenney en 1885. Ce n'est pas tant sa hauteur qui est remarquable que la technique employée pour le construire puisque c'est la première fois que la maçonnerie traditionnelle est remplacée par un squelette de poutrelles en fer (remplacé plus tard par l'acier) qui permet d'alléger la structure, et donc de construire plus haut qu'auparavant. C'est également l'invention de l'ascenseur pour le transport des personnes au milieu du 19<sup>ème</sup> siècle qui autorise à construire en hauteur puisque cette invention permettait de s'affranchir des capacités physiques du public (Gottmann, 1966). Les progrès dans la construction sont rapides et dès 1913, la limite des 200 mètres est dépassée par le *Woolwoth Building* (57 étages, 241 mètres) à New York. L'émergence et la diffusion des gratte-ciel est analysée par J. Gottmann dès 1966. Soulignant que leur fonction principale est d'accueillir des bureaux, même si certains gratte-ciel sont des résidences ou des hôtels, il explique l'engouement pour les gratte-ciel par une révolution intellectuelle et sociale : la transformation d'une grande partie de la main d'œuvre ouvrière en « cols-blancs » et la place de plus en plus importante des entreprises de service. Ainsi, les gratte-ciel regroupent les centres décisionnels des grands groupes économiques au centre des villes et de permettent de densifier l'espace en des lieux particulièrement recherchés car bien situés. Les *skylines* qu'ils forment au cœur des villes sont donc, selon Gottmann (1966) l'expression du besoin de concentration d'une civilisation compétitive et de la nécessité de maximiser les contacts (Crouzet, 2003).

La crise économique des années 1930, puis la seconde guerre mondiale ralentiront provisoirement la construction de gratte-ciel (figure 1). Mais la course vers le ciel reprend de plus belle dans les années 1960 et surtout les années 1970, stimulée par la concurrence entre Chicago et New York ; elle sera à peine ralentie par les deux chocs pétroliers successifs. Si à leur début les gratte-ciel étaient considérés comme exclusifs du paysage urbain nord américain (Gottmann, 1966), ils se diffusent bientôt hors de leur berceau, même si les Etats-Unis continueront de dominer dans cet exercice jusqu'aux années 1990. A partir de cette date, on entre véritablement dans une logique mondiale et ce sont les pays asiatiques qui se lancent dans la construction de gratte-ciel, bientôt suivis par les pays du Golfe persique. Ce sont notamment la Chine et les Emirats Arabes Unis qui mènent désormais la véritable course à la hauteur (figure 1). Dans le courant de l'été 2009, un

véritable saut quantitatif a été franchi avec l'achèvement de la *Burj Dubai* (rebaptisée depuis *Burj Khalifa*) qui culmine à 828 mètres (162 étages), pulvérisant ainsi le précédent record, détenu par la *Taipei 101* (Taipei, 509 mètres, 101 étages) de plus de 300 mètres. Mais les choses ne devraient pas en rester là puisque les architectes auraient déjà dans leurs cartons des projets de tours de plus de 1000 mètres, dont la « *Nakheel tower* » (1200 mètres, Dubaï, Emirats Arabes Unis) et la « *Bionic tower* » (1220 mètres, Shanghai, Chine) ont semblé les plus probables jusqu'à la crise économique de 2008-2009.

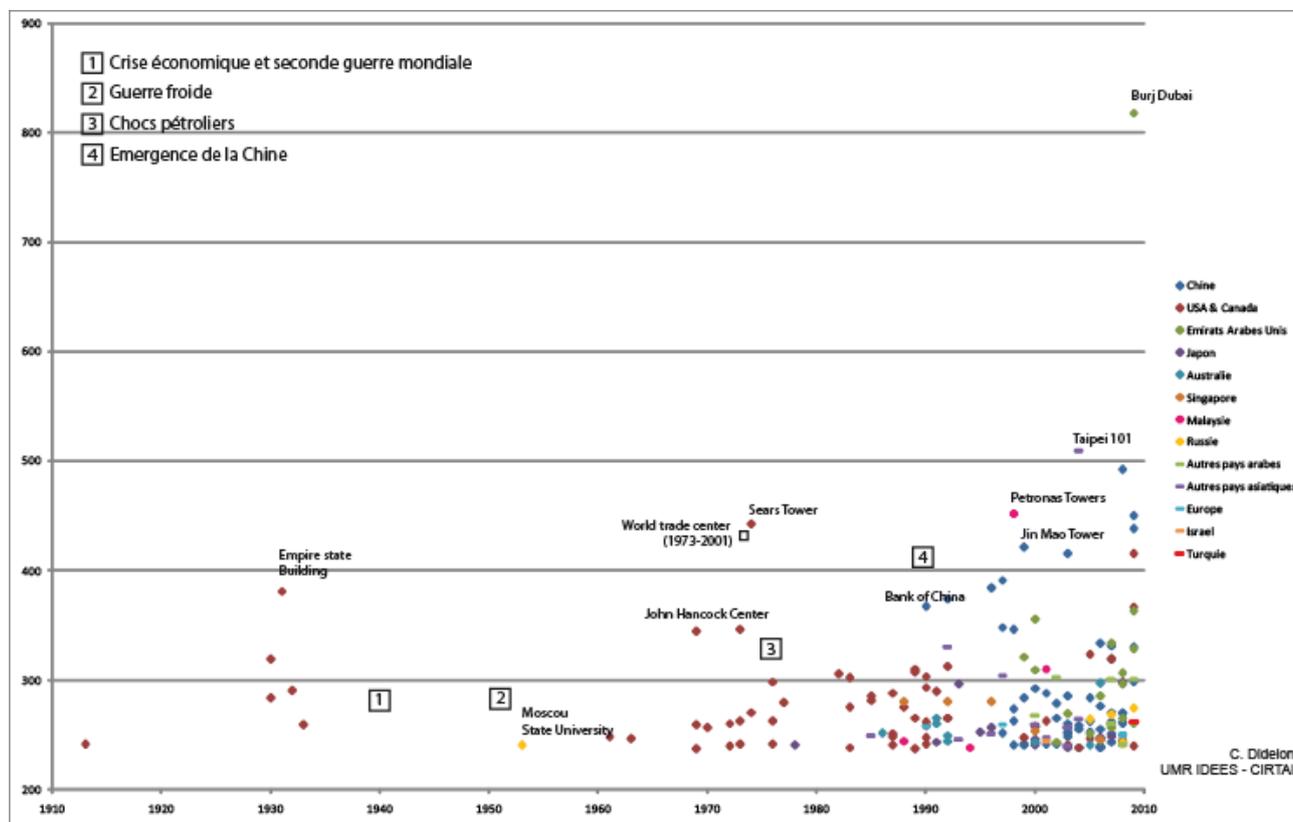


Figure 1 : Les 200 plus grands gratte-ciel<sup>2</sup> par pays selon la date de construction. Source : Emporis database, 2009

### 1.2) Dans la course vers le ciel, les mots ont leur poids

Le gratte-ciel est un objet à expression changeante et pour lesquelles les dénominations sont multiples (Hugron, 2007). Les expressions utilisées ont souvent fait montre d'inventivité pour ne pas utiliser le terme de « gratte-ciel » trop connoté « Amérique du nord ». Mais dans la course au record, tous les bâtiments ne sont pas égaux. La base de données commerciale *Emporis* distingue d'une part « les tours » et d'autre part les « gratte-ciel ». Les tours, si elles sont probablement plus nombreuses à être connues, ne sont pas à proprement parler des immeubles. Ces constructions ont, le plus souvent, une fonction précise et unique et la majorité d'entre elles sont simplement des tours techniques, et notamment des tours de télévision et de communication comme la Tour Eiffel (325 mètres, Paris), l'*Oriental Pearl Tower* (468 mètres, Shanghai), la *Fernsehturm* (368 mètres, Berlin), la tour Ostankino (Moscou, 540 mètres) ou encore la *CN Tower* (553 mètres, Toronto) etc... Elles ont toutefois souvent acquis dès leur origine une fonction touristique. De leur

<sup>2</sup> Le World trade center, qui depuis sa destruction ne fait plus partie de la liste a été rajouté à titre indicatif. Les pays arabes regroupent Bahrein (4 gratte-ciels dans la liste), l'Arabie Saoudite (2), Koweït (1) et le Qatar (1). Les pays asiatiques regroupent la Corée du Sud (4), Taiwan (2), la Thaïlande (2), la Corée du Nord (1), l'Indonésie (1) et les Philippines (1). L'Europe regroupe l'Allemagne (2) et l'Espagne (2).

côté, les gratte-ciel toujours selon *Emporis* sont des constructions divisées en étages réguliers. Ce sont des bâtiments multifonctions qui comprennent, avant tout des bureaux mais aussi des hôtels, des commerces, des restaurants et des logements. Leur construction est plus complexe que celle des tours. Le site internet d'*Emporis* (<http://www.emporis.com/>) qui recense les gratte-ciel et les immeubles de grande taille distinguent ceux-ci selon la hauteur ou, si elle n'est pas connue, le nombre d'étages<sup>3</sup>. Selon cette classification ne pourraient prétendre au titre de gratte-ciel que les immeubles de plus de 100 mètres ou de plus de 39 étages, tandis que les grands immeubles se situent entre 35 et 100 mètres ou 12 et 39 étages. Cela est, bien entendu, source de confusion dans la mesure où dans de nombreux cas, et en particulier dans la langue française, le terme de « tour » est utilisé aussi bien pour désigner des immeubles d'habitation (tour Super-Italie (1974, 12 mètres), tour Prélude (1979, 123 mètres)) et de bureaux (Tour Montparnasse, tour Zamanski) que les tours techniques.

Lors de la construction de tours ou de gratte-ciel, la hauteur définitive que doit prendre le bâtiment est souvent tenue secrète. Il faut dire qu'il existe différentes manières de calculer la hauteur qui sont stratégiques dans une logique de course au record. Ainsi, les fiches de renseignements sur les tours et gratte-ciel donnent souvent les hauteurs « avec antenne » et « sans antenne » puisque celles-ci peuvent rajouter plusieurs dizaines de mètres à l'édifice. C'est le cas de la Tour Eiffel, 300 mètres à l'origine, qui n'a cessé de grappiller des mètres avec l'installation de nouvelles antennes. La 116<sup>ème</sup> antenne, installée en 2005 l'a hissée à la hauteur de 325 mètres. Les fiches de renseignement les plus précises prendront donc soin d'indiquer la hauteur du dernier étage, la hauteur du toit et la hauteur de l'antenne.

## **II. Entreprises, villes et Etats : concurrence par gratte-ciel interposé**

Mais pourquoi construire en hauteur alors que le coût de construction des gratte-ciel est plus élevé que ceux d'immeubles de taille plus modeste ? Plusieurs raisons sont souvent invoquées, relatives aux densités de populations, à la disponibilité et au coût du foncier. Selon des affirmations récurrentes mais très discutées (Mc Neil, 2005) ce serait la faible disponibilité de l'espace qui aurait conduit les entrepreneurs de Manhattan à construire en hauteur. L'aspect fonctionnel des gratte-ciel, on l'a vu, entre également compte. Ils rassemblent tous les services d'un siège social d'une entreprise ou des activités complémentaires. Mais, il ne faudrait pas s'arrêter à une explication technique et utilitaire de la construction de gratte-ciel. Leur rôle est également symbolique et ils véhiculent « une image positive élaborée sur des éléments de valorisation architecturale et des éléments sociaux de notoriété » (Crouzet, 2003). Les gratte-ciel sont donc à la fois un élément symbolique de la puissance de leurs occupants et une vitrine flatteuse pour les villes et les pays dont ils témoignent du dynamisme et qui les utilisent comme un outil de marketing parmi d'autres.

### **2.1. Firmes et gratte-ciel**

Les gratte-ciel sont souvent associés à une entreprise qui a voulu et financé sa construction. Selon J. Bonnet & B. Moriset (2003), la construction d'immeubles d'entreprises a toujours eu, par l'intermédiaire de l'architecture, une dimension artistique, voire culturelle et spirituelle. Nombre de ces bâtisses sont connues sous le nom de l'entreprise qui les a fait bâtir et qui l'occupent ou qui l'ont occupée. C'est par exemple le cas

---

<sup>3</sup> Les bases de données proposées en accès libre par *Emporis* sont de deux catégories différentes. La première recense les 200 plus hauts gratte-ciel du monde : bien entendu, la hauteur minimale (237 mètres en 2009) de la base ne cesse d'évoluer à mesure que les records sont battus : il n'est donc pas possible d'analyser tous les gratte-ciel ou tous ceux qui dépasseraient une hauteur choisie. La seconde base de données fournit le nombre de grands immeubles pour les 20 premières villes « active » (c'est-à-dire dans laquelle des gratte-ciel sont construits) de chaque pays. Cette base est donc également incomplète puisqu'il y a au Brésil ou aux Etats Unis plus de 20 villes qui comptent immeubles de grande taille.

de la *Sears Tower* à Chicago (1974, 442 mètres) (figure 2) qui a gardé ce nom jusqu'en 2009 même si l'entreprise a quitté l'édifice en 1995 et des *Petronas Towers* à Kuala Lumpur (1998, 410 mètres) (figure 3) et de bien d'autres encore... Ainsi, la pyramide de la *Transamerica* à San Francisco (1972, 260 mètres) est à ce point liée à la *Transamerica corporation*, une compagnie d'assurance-vie et d'investissement, qu'elle en est aussi le logo. C'est la première image que l'on découvre lorsque l'on se connecte sur le site Internet de l'entreprise (<http://www.transamerica.com/>). Ainsi faire construire un gratte-ciel pour abriter ses activités fait montre de la volonté de construire dans le même temps, une image de l'entreprise<sup>4</sup>. Ce paramètre entre largement en compte dans l'investissement que représente un gratte-ciel et, selon J. Monnet (1998), l'élaboration de ce symbole, « (...) semble apporter à l'entreprise ou au capitaliste au profit desquels elle est mise en œuvre un bénéfice économique ou social suffisant pour justifier l'investissement financier que représente le bâtiment ». Cette construction symbolique est d'autant plus affirmée en Chine, où l'on va jusqu'à l'insertion de symboles dans la construction même du bâtiment. Ainsi, si la *Jin Mao Tower* à Shanghai (1998, 421 mètres) compte 88 étages c'est parce que le chiffre 8 est un symbole de prospérité et d'argent.



Figure 2: La *Sears Tower*, Chicago, 2008, C. Didelon



Figure 3 : Les *Petronas Towers* Kuala Lumpur, 2005, C. Didelon

Cette fonction peut induire une véritable concurrence entre les entreprises qui est particulièrement nette dans la réalisation des « grands hôtels » de luxe localisés en zone urbaine. Ainsi, V. Gélézeau (in Sanjuan, 2003, p.67) rapporte que la construction de l'hôtel Lotte à Séoul dans les années 1970 a donné lieu à « une sorte de bataille architecturale » dont l'enjeu était d'en faire le bâtiment le plus prestigieux du centre ville, afin, de concurrencer les hôtels qui se trouvaient à proximité. Quand à la question de la hauteur elle est déterminée par la nécessité de surpasser la hauteur de deux buildings récemment inaugurés, le *Samil Building* (1971, 30 étages) et le *President Hotel* (1974, 28 étages).

Au-delà de leur utilité concrète les gratte-ciel sont donc également des instruments de communication pour les entreprises, des symboles de leurs capacités d'investissement et de maîtrise des techniques et finalement, ce sont des volontés d'expression plus que des volontés économiques (Dupré J., 2005) qui guident leur construction.

## 2.2. *Quand les villes s'en mêlent*

La relation entre ville et gratte-ciel est également forte et l'implication des autorités municipales peut être

<sup>4</sup> Cette image qui affirme la puissance et la "fécondité" des entreprises, voire le pouvoir individuel des entrepreneurs (Jian, 2007), associée à la forme particulière des constructions permet bien évidemment à certaines études portées sur la psychanalyse de souligner l'aspect phallique des gratte-ciel (McNeil, 2005, p48).

importante, parce que ces bâtiments jouent un rôle primordial dans la structuration de la ville. En effet, les gratte-ciels, et surtout les activités qu'ils contiennent (bureaux, commerces) « vont contribuer à structurer l'espace urbain non seulement par leur existence même, mais par celle des infrastructures essentielles à leur fonctionnement, notamment de transport » (Crouzet, 2003, Bonnet & Moriset, 2003). Ils sont à l'origine, au moins aux Etats-Unis, de la forme des quartiers centraux. Mais qu'ils soient centraux ou périphériques, ces quartiers d'affaires constitués de gratte-ciel sont le siège de fonctions relationnelles et informationnelles, et ils contribuent également à arrimer une partie de la ville dans les réseaux mondiaux (Veltz, 1996, Sassen, 1996).

### *Un symbole de la ville*

Mais ce n'est pas tout... Si la pyramide de la *Transamerica* incarne l'entreprise, et si son rôle n'est certainement pas négligeable dans la structuration de la ville, elle est aussi un symbole de San Francisco, un bâtiment remarquable (*landmark*) qui fait que l'on reconnaît la ville lorsqu'on en voit une image. Tours et gratte-ciel font donc partie des éléments architecturaux qui peuvent symboliser une ville, comme la Tour Eiffel symbolise Paris. Souvent objets de fierté de la part de la population (ou, parfois, de vives critiques), elles peuvent être utilisées comme un outil de construction d'une identité. Les architectes peuvent concevoir leurs tours en se souciant plutôt du contexte local tel qu'ils le perçoivent ou plutôt du contexte global ou bien essayer de concilier les deux en affirmant la spécificité du lieu dans un bâtiment dont l'image doit avoir une portée mondiale. Ainsi, aujourd'hui, la dimension culturelle s'affirme dans les tentatives de différenciation du « style international » des tours de bureau modernes, comme les « minarets » des *Petronas Towers* à Kuala Lumpur (figure 3), dont l'architecte a eu pour mission d'imaginer un bâtiment qui soit typiquement malais. C'est également le cas de la « pagode » ornée de dragons de la *Taipei 101* (Bonnet, Moriset, 2003) et de la *Jin Mao Tower* qui évoque à la fois le Bund, quartier « art déco » qui lui fait face et les traditionnelles pagodes chinoises. Cela va parfois plus loin puisque l'architecture de nombreux gratte-ciel chinois suit les lois du *Feng Shui* (Mc Neil, 2005).

Les villes sont d'autant plus attachées aux gratte-ciels et aux tours, que certains viennent à jouer un rôle touristique majeur. La tour Eiffel est l'un des monuments le plus visité de France (6.89 millions de touristes en 2007) et c'est l'objet qui se vend le mieux dans les boutiques de souvenirs au point qu'on en trouve partout à Paris mais aussi dans pratiquement toute la France. A Toronto, la fonction première de la *CN Tower* est pratiquement oubliée par les milliers de personnes qui visitent chaque année cette « merveille du monde technologique » et marchent en tremblant sur son plancher de verre. A Kuala Lumpur le succès des *Petronas Tower* est tel que le nombre d'entrées journalières a dû être contingenté pour des raisons de sécurité. La mise en scène touristique des tours et gratte-ciels qui sont devenus des monuments conforte leur rôle symbolique. Quant aux gratte-ciels qui ne se visitent pas ils engendrent souvent une forte frustration chez les touristes. C'est le cas des plus hauts gratte-ciel des institutions bancaires de Hong Kong, si bien que les guides de voyage s'emploient à trouver quelques astuces pour permettre de s'y introduire. Enfin, la gloire est définitivement assurée, si un bâtiment apparaît dans un film, ou mieux, si une partie de l'action s'y déroule comme c'est le cas des *Petronas Tower* dans le film *Haute Voltige* (Jon Amiel, 1999).

C'est du fait de ce fort rôle symbolique que les entreprises ne sont pas toujours laissées seules face à l'énorme investissement que représente un gratte-ciel. En effet au-delà de la puissance des entreprises, c'est la puissance des autorités municipales qui s'exprime dans la construction (Monnet 1998). Ainsi, aux États-Unis, les pouvoirs publics se mettent au service d'une coalition d'acteurs privés pour monumentaliser le pouvoir économique dans les gratte-ciel des C.B.D. (*Central Business Districts*), suivant une logique qui n'obéit pas seulement à la rationalité économique. En effet, opération concertée ou non, vus de l'extérieur, les gratte-ciel sont un signal de la capacité d'invention et de renouvellement de la ville.

## *Outil marketing*

Démonstration de richesse, de capacité d'investissement, les gratte-ciel sont aussi une démonstration de maîtrise technologique, de dynamisme du tissu industriel et économique local. Ce sont donc des messages envoyés à l'intention des visiteurs et des investisseurs et ils font partie, comme d'autres choses (spécialités culinaires, monuments, site, richesse culturelle, personnages célèbres etc.), de la trousse à outil des municipalités et parfois des Etats pour donner une image positive de la ville ou du pays en général. Ce sont des « images pour vendre » (Ferras, 1990) qui proposent la ville comme produit. La ville est donnée à voir selon des règles qui relèvent des lois du marketing et de stratégies sur l'espace (Paulet, 2002). M. Davis (2007, p15) rapporte que « du point de vue d'un promoteur immobilier, cette monstrueuse cicatrice futuriste [qu'est le *Burj Dubai*] est simplement un argument de vente à l'adresse du marché mondial » et que « Sans *Burj Dubai*, le Palmier ou l'île monde, franchement, qui parlerait de Dubaï aujourd'hui ? ». Ainsi, les villes dans lesquelles sont localisés les plus beaux spécimens de gratte-ciel –ou les plus impressionnants- deviennent des vitrines de leurs pays, comme Shanghai pour la Chine, ou Pékin qui s'est dotée en 2005 « de trois tours, à Xi Zhi Men, situées sur l'axe est-ouest de la ville, totalisant 200 000 mètres carrés de surfaces commerciales et de services, abritant aussi le musée d'histoire de la capitale, occupant 80 000 mètres carrés » (Wackerman, 2008, p 197).

Cela est d'autant plus vrai quand le paysage urbain est redessiné par une concentration de gratte-ciel qui donnent une silhouette reconnaissable à la ville. Bonnet & Moriset (2003) soulignent ainsi que « L'immobilier d'entreprise exerce d'emblée une fonction architecturale et paysagère dont l'impact apparaît comme évident dans le cas des grandes métropoles d'affaire ». V. Gélézeau (in Sanjuan, 2003) montre ainsi comment l'hôtel Lotte à Séoul, a joué le rôle d'icône de la réussite de la ville et comment la municipalité l'a utilisé dans la construction d'une *skyline* devant symboliser la réussite économique. En effet, les gratte-ciels sont employés pour « créer de beaux parcours oculaires et des paysages gratifiants » (Paulet, 2003) ce qui n'est pas négligeable puisque les *skyline* particulièrement réussies et spectaculaires de certaines villes contribuent à forger leur réputation. Il existe même un classement des plus belles *skylines* du monde dominé jusqu'à aujourd'hui par Hong Kong (figure 4). Quand à celle de New York, elle a beaucoup perdu en « identité » en perdant les *Twin Towers* en 2001. Ainsi, la conception d'une *skyline* est l'objet de toutes les attentions, notamment dans les villes qui veulent s'affirmer, comme c'est le cas de celles qui continuent à émerger de l'autre côté du Bund à Shanghai (figure 5) et le long de la Sheik Syed Road à Dubaï (figure 6). Toutefois certains quartiers de grands immeubles, autant hérissés de tours qu'il est possible ne jouent pratiquement aucun rôle dans l'image de la ville. C'est le cas de la Défense à Paris, dont le rôle symbolique est négligeable loin derrière celui de la tour Eiffel, mais aussi de nombreuses villes, comme Sao Paulo (figure 7) où la fonction des très nombreux grands immeubles est plus résidentielle que symbolique, à part dans quelques quartiers, comme autour de l'avenue Paulista. Enfin, l'évolution constante du paysage urbain formé par la *skyline* peut être l'objet de fortes controverses comme c'est le cas à Londres (Appert M., 2008, 2009) et dans certaines villes balnéaires, les forêts de gratte-ciel sont plus décriées que valorisées puisqu'elles contribuent à défigurer les sites qui ont fait l'attrait de la ville.

Mais, globalement, la concurrence fait rage entre les villes d'un même pays et entre les pays. La rivalité historique dans la construction de gratte-ciel entre Chicago (*Sears Tower, John Hancock Tower*) et New York (*Woolworth Building, Chrysler building, Twin Towers*) est bien connue. Elle est latente entre Londres et Paris, où selon T. Paquot (2008), « un petit groupe de personnalités « branchées » s'active autour du maire pour qu'il lance la construction de tours afin de ne pas faire honte à la capitale, car il s'agit de cela, et d'imiter les autres grandes agglomérations comme Londres, Barcelone, Vienne, Dubaï, Shanghai et que sais-je encore ».



Figure 4 : Skyline de Hong Kong., 2007, C. Didelon



Figure 5 : Shanghai, 2005, C. Didelon



Figure 6, Dubai, 2009, C. Didelon



Figure 7, Sao Paulo, 2009, C. Didelon

### III. De l'expression de la concurrence sur la scène mondiale à celle d'une société mondiale

Dans un monde aux multiples cultures, nous sommes habitués à la multiplicité des points de vue et des visions du monde. Cela rend, selon J-P. Paulet (2003), la symbolique du gratte-ciel, unifiée à l'échelle mondiale, d'autant plus remarquable. En effet, les tours et gratte-ciel symbolisent une tradition politique, un mode de vie, à l'instar de leur « ancêtre » symbolisant déjà le « rêve américain », l'*Empire State Building* (381 mètres, 1931) (Wackerman, 2008). Cette symbolique du gratte-ciel a donné lieu à un affrontement architectural dans le contexte de la guerre froide, mais depuis les années 1990 et l'accélération de la course à la hauteur, c'est un système mondial unifié qui semble surgir des forêts de buildings.

#### 3.1 De l'affrontement idéologique...

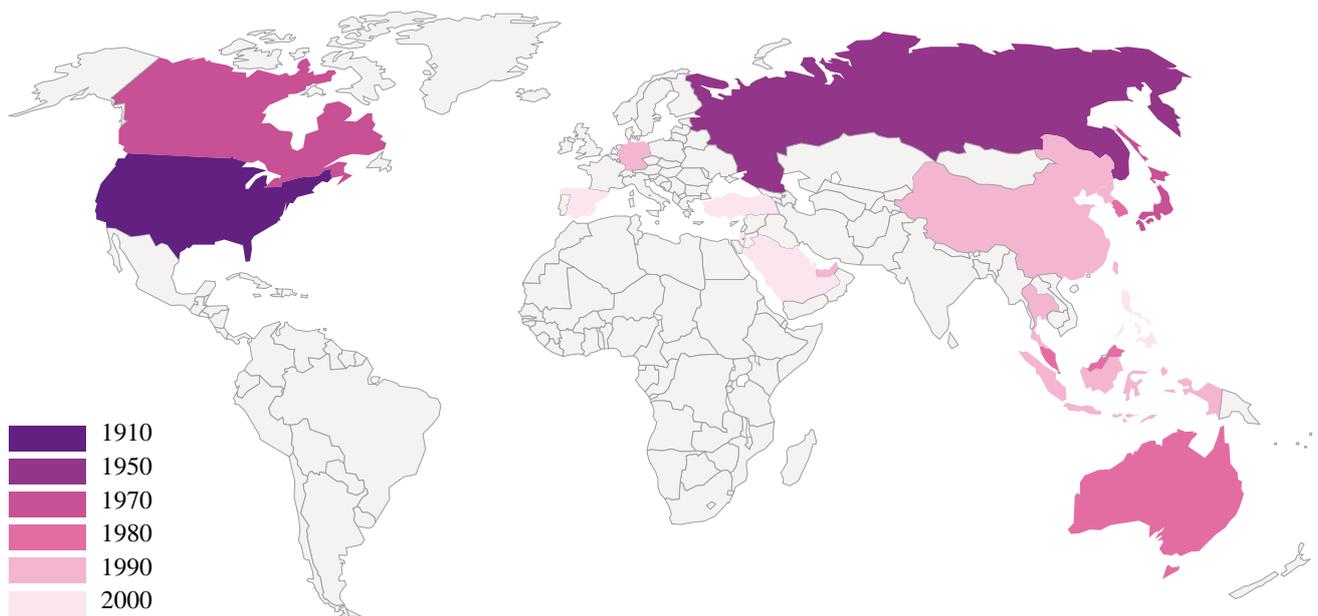
Associé dès leurs débuts aux Etats-Unis (Gottmann, 1966), les tours et gratte-ciels incarnent une image de la modernité à « l'occidentale » et sont l'un des puissants symboles du capitalisme. Selon Pinchemel (1963), le gratte-ciel d'acier, d'aluminium et de verre est réellement « l'expression de la civilisation moderne ». L'émergence de ce symbole naît de la rencontre d'une forme et d'une fonction. Les gratte-ciel sont ainsi, « une sorte de lien entre le réel (ce qu'il sont, un bâtiment de haute taille) et un système de valeur, basée sur la culture et l'idéologie d'une certaine partie de la population mondiale au 20ème siècle » (Godart, 2001). A la fois sièges de sociétés transnationales et des services qui leurs sont dédiés et images du capitalisme et du libéralisme (Paulet, 2003), les gratte-ciel sont comme « l'*Empire state building*, à la fois symbole et acteur technique de la mondialisation de l'économie » (Dumont M., 2008). Ce phénomène a son revers comme l'a montré le choix des *Twin Towers*, symbole de l'Amérique capitaliste et financière pour perpétrer les attentats

du 11 septembre 2001, à coté des autres symboles de l'Etat américain comme le Pentagone et vraisemblablement le Capitole.

Ce sont ces symboles auxquels se sont opposés les grands monuments du communisme. Comme le montre Gottman (1966), les dictionnaires russes des années 1950 précisent que les gratte-ciel sont « l'expression de la cupidité excessive des capitalistes qui veulent retirer le plus de revenus possible d'un morceau de terrain ». Ils estiment d'ailleurs que ces bâtiments ont un impact très négatif sur la qualité architecturale des villes américaines et sur les valeurs communautaires de la société. Cette position explique leur entrée relativement tardive, au milieu des années 1950, dans la course à la hauteur (figure 7). Mais les soviétiques se lancent tout de même dans la course, pour tenter d'exprimer de manière symbolique les valeurs du communisme. Comme le reporte A. Musset (2003), « A Varsovie, ce rôle symbolique était assuré par le gigantesque palais de la culture et des sciences qui, avec ses 213 mètres de haut surmonté d'une aiguille de 43 mètres, reste un des plus hauts buildings d'Europe. Bâti entre 1952 et 1955, à l'initiative de Staline, il était destiné à cimenter l'amitié entre le peuple russe et le peuple polonais et à exprimer les idéaux universels du marxisme triomphant. Il permettait aussi de défier sur leur propre terrain les gratte ciel basement capitalistes qui caractérisent la civilisation Nord Américaine en particulier l'Empire State Building (...) le bâtiment proclamait haut et fort les vertus de l'internationale socialiste (...) ». Les tours de télévisions notamment les tours berlinoise (*Fernsehturm*, 1969) et moscovite (Tour Ostankino, 1967) ont également été mobilisées comme symboles de la puissance soviétique. La bataille architecturale a atteint un tel niveau dans les années 1970 que A. Frémont (1976) pose la question de savoir s'il est « besoin d'insister longtemps sur tout ce qu'expriment le jaillissement des immeubles de verre et d'acier dans les *Central Business District* du capitalisme triomphant ou le dégagement d'immenses perspectives monumentales dans les métropoles de l'est socialiste ? ».

### 3.2. ...à l'acceptation des règles du jeu

L'environnement, en particulier l'environnement urbain, porte l'empreinte des sociétés qui bâtissent des monuments à leur image (Paulet, 2002). Les paysages urbains font donc montre de la volonté d'une société d'exécuter son projet, d'aménager son espace en fonction de son système de valeur et de sa vision du monde. La représentation cartographique (figure 8) de la date à laquelle les pays sont entrés, grâce à l'un de leur bâtiment, dans la liste très fermée des 200 plus grand gratte-ciel du monde (elle ne compte que 22 pays), met en évidence une dynamique spatio-temporelle qui, partie des Etats-Unis au début du 20<sup>ème</sup> siècle touche peu à peu l'ensemble des foyers de développement économique. Ainsi, après une étape en Russie, au plus fort de la guerre froide, et au Japon, au Canada et en Australie calés sur le modèle de développement états-uniens, la course à la hauteur engagée depuis les années 1990 en Chine et aux Emirats Arabes Unis tendrait donc à montrer que ces pays ont intégré et accepté les règles du jeu du capitalisme et du libéralisme et même plus, qu'ils lancent un défi aux puissances jusqu'à lors dominantes à ce jeu, sur leur propre terrain. Cette vision du monde peut donc être celle de la concurrence qui passe symboliquement par une course effrénée vers la hauteur. En effet, jusque dans les années 1990, les plus hautes constructions ont toujours été situées en occident (figure 1). Tout a changé lorsqu'a été inauguré en 1998, le plus haut immeuble du monde, les *Petronas Tower* (452 mètres) en Malaisie, bientôt suivie de la *Taipei 101* à Taiwan en 2004 et finalement la *Burj Dubai* en 2009 aux Emirats Arabes Unis. Si la Chine continentale, n'a pas encore occupé, même momentanément, le premier rang A. Maalouf (2009) souligne pourtant que « s'agissant de la Chine, on a constamment l'impression de feuilleter un livre des records ; comme pour le nombre de gratte-ciel à Shanghai. Quinze en 1988, près de 5 000 quinze ans plus tard, c'est-à-dire plus que New York et Los Angeles réunis ».



C. Didelon - UMR IDEES - CIRTAI

**Figure 8 : Date de construction du 1er gratte ciel du pays, faisant en 2009 partie des 200 plus grands du monde (Source : *Emporis database*, 2009).**

La prolifération des gratte-ciel en Asie, rend compte également des mutations socio-économiques qui y ont lieu. Bénéficiant d'une forte croissance économique, de l'afflux de capital étranger et d'une main d'œuvre (locale ou « importée ») bon marché, ces pays sont avides de montrer leur nouvelle prospérité. En effet, comme le souligne Wackerman (2008), « La Chine, devenu République populaire, a conservé de son passé impérial le sens du prestige et de la « grandeur » des monuments historiques, tant à usage interne que, surtout, à affirmation externe. Depuis son entrée dans l'économie de marché et sa participation très active à la compétition mondiale, son émergence parmi les grandes puissances de demain, elle vise une architecture et un urbanisme qui, dans les pays capitalistes vont de pair avec la réussite économique ». Les pouvoirs publics y ont donc besoin des gratte-ciel « pour donner une image métropolitaine moderne et dynamique qui contribue à attirer les investissements extérieurs » (Jian, 2007). Cela va même plus loin, puisque les autorités souhaitent démontrer leur globalisation en construisant des tours « conçues par des occidentaux et bâties par des Chinois » (Jian, 2007). La rivalité entre les Etats-Unis et l'Union soviétique est aujourd'hui caduque et c'est en Asie et dans les pays arabes du Golfe, là où les taux de croissance sont les plus forts que l'on construit le plus de gratte-ciel et « dans cette quête effrénée des records architecturaux, Dubai n'a qu'un seul véritable rival : la Chine, un pays qui compte aujourd'hui 300 000 gratte-ciel (...) » (Davis, 2007). Il s'agit d'une véritable compétition d'orgueil national entre les Arabes et les Chinois en même temps que la construction d'une image à la hauteur de leurs ambitions planétaires (Théry H., 2008). L'Europe semble singulièrement absente de la course vers le ciel<sup>5</sup> (Mc Neil, 2005), à part l'apparition récente de l'Allemagne dans les années 1990 avec la *Messe Turm* (257 mètres) et la *Commerzbank tower* (259 mètres) à Frankfurt et de l'Espagne avec les *Torre Cajaadrid* (250 mètres) et *Torre de Cristal* (249 mètres) dans les années 2000 dans le palmarès des 200 plus hauts gratte-ciel du monde. Cela s'explique en partie par l'utilisation d'éléments marketing d'un autre genre, plus orientés sur la mise en valeur d'un passé prestigieux et d'un art de vivre tourné vers le luxe, mais également, par l'opposition d'une grande partie de la population soucieuse de préserver la spécificité de ses paysages urbains. Cela pourrait être également le signe que les pays européens perdent du terrain, dans la

<sup>5</sup> L'absence étonnante de Londres s'explique par la hauteur minimale de 237 mètres (*One world plaza*, New York, 1989) dans cette base recensant les 200 plus hauts gratte-ciels en 2009. « One canada square » la plus haute tour du Royaume-Uni ne fait « que » 235 mètres.

course à la hauteur certes, mais aussi et surtout dans l'expression de leur puissance à l'échelle mondiale. Pourtant, choses évoluent et malgré un fort contexte de protection de la skyline de la ville et en particulier de la vue sur le dôme de Saint Paul, à Londres, « dans le contexte de globalisation et de métropolisation, la nouvelle municipalité (...) doit répondre à la multiplication des projets de gratte-ciel dont l'impact sur la skyline est sans précédent » (Appert, 2008).

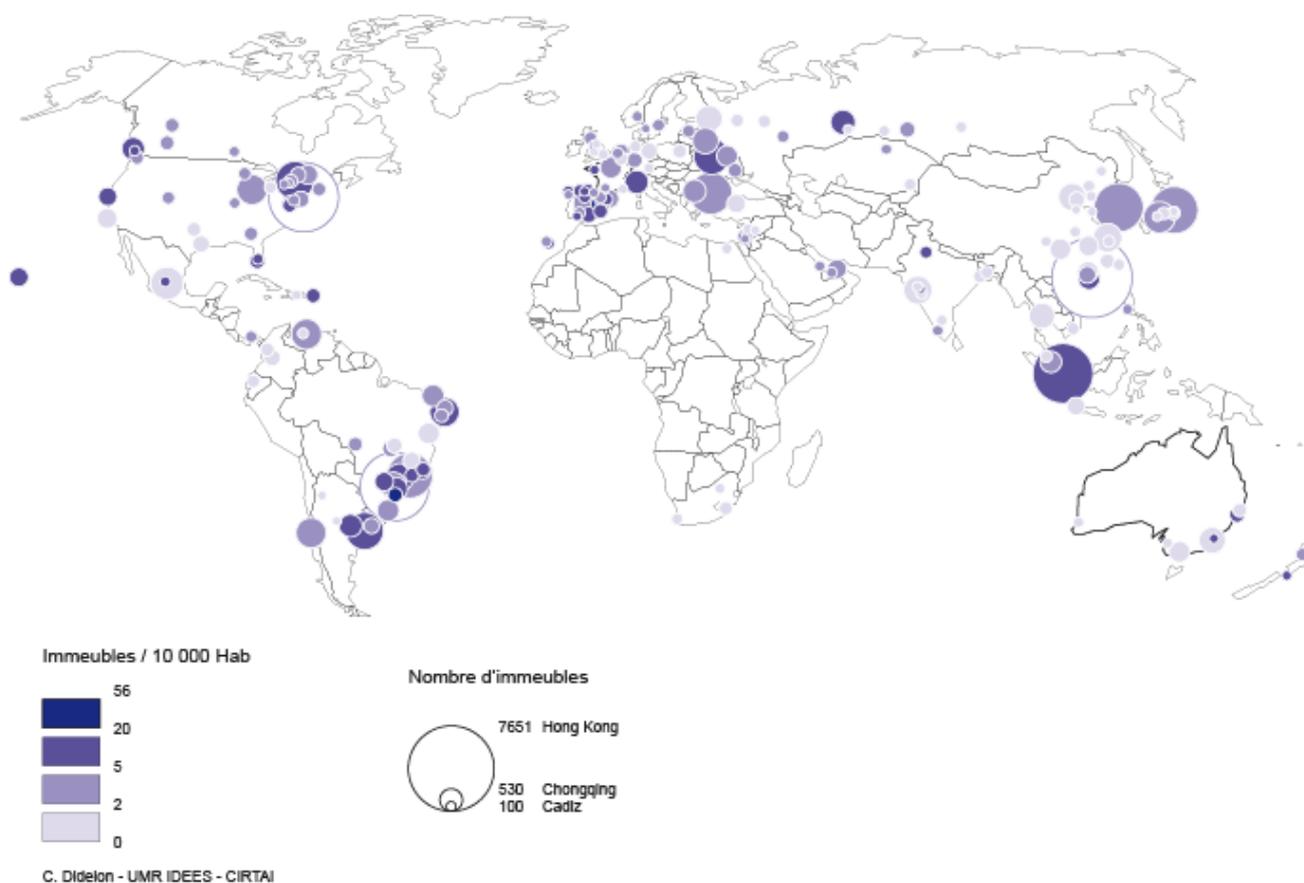
### 3.3. Une société mondiale ?

En 1934, pour P. Morand, cité par A. Musset, « New York était la ville du futur celle qui annonçait de nouveaux modes de vie, pour ne pas dire de nouveaux hommes ». La diffusion des gratte-ciel hors de leur berceau États-unien tendrait-elle à montrer que ces nouveaux hommes ne se rencontrent pas seulement aux États-Unis, mais qu'ils forment peut-être une nouvelle société à l'échelle mondiale ? La question mérite d'être posée. Sans conteste, le gratte-ciel est déjà le symbole flamboyant de la mondialisation de l'économie et pour Crouzet (2003), il « symbolise l'articulation des économies nationales et régionales au marché global. Pour Saskia Sassen, les quartiers de bureaux, espaces où se concentrent les sièges sociaux des principales activités de services supérieurs (le *Central Business District*), sont les indicateurs les plus sûrs pour juger de l'intégration d'un espace urbain dans le modèle urbain globalisé (S. Sassen, 1996). Les tours à bureaux constitueraient un archétype architectural de « l'économie d'archipel » (P. Veltz, 1995), sorte de métasystème où seuls quelques territoires urbains suréquipés participent aux échanges économiques mondiaux ». Ainsi, « en pulvérisant les tours jumelles du *World Trade Center*, les terroristes d'Al-Qaïda n'ont pas seulement frappé la puissance nord américaine mais aussi, et surtout l'une des plus éclatant symbole de la mondialisation » (Musset, 2003).

Mais il y a plus. Les gratte-ciels (figure 8) et, à leur suite, les grands immeubles<sup>6</sup> (figure 9) fleurissent sur tous les continents, sauf en Afrique, véhiculant des images de puissance et de modernité largement reprise et relayées par les manuels scolaires (Clerc P., 2002). Au-delà de leur fonction symbolique ils sont aussi le reflet d'aspiration et d'un certain mode de vie. Avec leurs centres commerciaux, leurs hôtels de luxe, leurs activités récréatives, ils sont un des environnements de prédilection d'une société mondialisée (Augé, 1992) qui retrouve les mêmes enseignes (ou leurs équivalents) partout, et se sent partout chez elle (Jian, 2007) pourvu que ce soit dans le centre ville ou le centre des affaires. Les décors changent à peine, à part dans quelques marqueurs culturels discrets et esthétisés. Ainsi, les gratte-ciels sont des objets urbains qui prennent sens à l'échelle mondiale et la course à la hauteur, « s'inscrit dans un mouvement plus général de construction d'une société mondiale par les symboles » (Dumont M., 2008), mais surtout d'une scène mondiale où chaque ville ou chaque pays cherche à capter l'attention.

---

<sup>6</sup> La diffusion et la répartition des grands immeubles est intéressante dans la mesure où elle permet de souligner la diffusion mondiale de ce modèle architectural occidental (Mc Neil 2005) même si c'est sous des formes plus modestes.



**Figure 9: les grands immeubles (entre 35 et 100 mètres de hauteur) en 2009. Source : Emporis database, 2009.**

Mais si les gratte-ciel sont des avatars de la civilisation ils sont considérés également par certains auteurs, et également par une partie de l'opinion publique comme sa négation même. C'est ce que souligne M. Davis (2007) lorsqu'il fait des gratte-ciel le « symptôme pervers d'une économie en état de surchauffe spéculative » et en affirmant que « dans toute leur arrogance verticale, l'Empire state building ou feu le World Trade Center sont les pierres tombales de ces époques de croissance accélérée ». Ce point de vue trouve son expression la plus marquante dans les romans et les films de science fiction où les mondes urbains tels que Trantor<sup>7</sup> et Coruscant<sup>8</sup> (figure 10), planètes-capitales d'empires galactiques, sont hyper concentrés, hérissés de gratte-ciel, mais concentrent également de graves pathologies urbaines. Ainsi A. Musset (2003, p67) souligne que « les paysages urbains de Coruscant, sont à la fois extraordinaires et inquiétants car ils reflètent toutes les ambiguïtés d'une civilisation raffinée et décadente, d'une société tournée vers la science et la technologie mais qui a perdu une partie de son âme en jouant avec des forces qui la dépassent ». R. Silverberg va plus loin dans le roman *Les Monades Urbaines*, (1971), où toute la population mondiale<sup>9</sup>, entièrement vouée à la reproduction est regroupée dans des milliers de tours de plus de 3000 mètres de hauts (apparemment localisées à l'emplacement des grandes métropoles) dont les habitants ne sortent jamais. Mais il n'y a plus ici de lien entre la tour, la ville et le reste du monde, puisque c'est la tour elle-même qui est une sorte de ville de près d'un million d'habitants soigneusement ségrégués de haut en bas selon leurs conditions sociales et que les relations entre les tours sont quasiment inexistantes à part la concurrence qui les unit dans la course à la croissance de la population.

<sup>7</sup> Trantor, ville planète imaginée par Isaac Asimov (1920-1992)

<sup>8</sup> Coruscant, la planète-cité du cycle cinématographique de La Guerre des étoiles créée par Georges Lucas.

<sup>9</sup> Ou presque : c'est bien entendu l'objet du roman.



**Figure 10 : Coruscant.**

**Source :** <http://www.planetizen.com/node/146> (Consulté le 01 octobre 2009)

## Conclusion

Nés aux Etats-Unis de la rencontre de la maîtrise technique et du dynamisme économique des entrepreneurs capitalistes dont ils sont devenus le symbole, les gratte-ciel et les tours se sont répandus à la surface de la planète d'abord dans une logique d'affrontement idéologique, puis dans une simple logique de concurrence voir de marketing urbain. Ils rendent compte dans une certaine mesure la convergence des modes de vie de la population mondiale, ou du moins d'une partie d'entre elle mais sont également perçus comme les symptômes d'une crise de civilisation. Leur forme spectaculaire, chargée de multiple strates de signification est devenue une métaphore complexe, celle du meilleur et du pire du 20<sup>ème</sup> siècle (Dupré J., 2005) mais, en tout état de cause, illustrant une ère culturelle qui tend à la gloire et au standing et ils « relèveront toujours de fantasmes, ils seront toujours effroyablement couteux, ils seront toujours « plus » » (*ibid*).

## Références

- APPERT M., 2008, Ville globale versus ville patrimoniale ? Des tensions entre libéralisation de la skyline de Londres et préservation des vues historiques. *Revue géographique de l'Est*, vol. 48 / 1-2 / 2008.  
<http://rge.revues.org/1154>
- APPERT M., 2009, Les gratte-ciel à l'assaut de la cathédrale Saint-Paul, *Mappemonde*, 2009-1 n° 93.  
<http://mappemonde.mgm.fr/actualites/skyline.html>
- AUGE M., *Non-Lieux, Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Seuil, la librairie du XXIème siècle, 15 pages.
- BONNET J., MORISSET B., 2007, L'immobilier d'entreprise », *Géocarrefour* [En ligne], Vol. 78/4 | 2003, mis en ligne le 21 août 2007. URL : <http://geocarrefour.revues.org/index310.html>
- BRUNET R. ET ALII, 1992, *Les mots de la géographie*, Reclus, la documentation française, Paris : 518 p.
- CLERC P., 2002, Les villes de la culture scolaire en géographie, *Mappemonde*, 65, 2002-1, pp34-38
- CROUZET E., 2003, Le marché de bureau et les territoires métropolitains : vers un renforcement de la discrimination spatiale, *Annales de géographie*, n° 631, p. 260-278.
- DAVIS M., 2007, *Le stade Dubaï du capitalisme*, Paris, Les prairies ordinaires, collection « penser/croiser », 88 pages.
- DUMONT M., 2008, (avec Jacques Lévy et alii.), "La mondialisation de l'urbain", *L'Invention du Monde: Une géographie de la mondialisation*, Presses de Sciences Po, pp. 161-183.

- DUPRE J., 2005, *Gratte-ciel du monde; une histoire des plus célèbres gratte-ciel du monde*, Konemann, 128 pages.
- FERRAS R., 1990, *Ville, paraître, être à part*, GIP Reclus, Montpellier, 143 pages.
- FREMONT A., 1976, *La région espace vécu*, Presses universitaires de France, coll. SUP. 223 pages.
- GODART F., *La ville en mouvement*; Paris, Gallimard, coll. Découvertes, n° 410, 2001, 128 p.
- GOTTMAN F., 1966, Why the skyscrapers ? *Geographical review*, n°26, p190, 212
- HUGRON J-P., 2007, La tour, objet hétéronyme, *Urbanisme*, n°354, mai-juin 2007, pp 41-43
- JIAN Z., 2007, Petite histoire de la tour en Chine, *Urbanisme*, n°354, mai-juin 2007, pp 50-53.
- KAROLYI E., 2007, Francfort, capitale européenne des gratte-ciel, *Urbanisme*, n°354, mai-juin 2007, pp 44-47
- MAALOUF A., 2009, Le dérèglement du monde, quand nos civilisations s'épuisent. éd. Grasset et Fasquelle. 314 p.
- MCNEILL D., 2005, Skycraper geography, *Progress in Human Geography* 29, 1 (2005) pp 41-55
- MONNET J., 1998, « La symbolique des lieux : pour une géographie des relations entre espace, pouvoir et identité », *Cybergeo : European Journal of Geography* [En ligne], Politique, Culture, Représentations, document 56, mis en ligne le 07 avril 1998. URL : <http://www.cybergeo.eu/index5316.html>
- MUSSET A., De New York à Coruscant, *Essai de géofiction*, Presses universitaires de France, 189 pages.
- PAQUOT T., 2007, Christian Joubert : Tour Phare à la Défense , *Urbanisme*, n°354, mai-juin 2007, pp 59-61.
- PAQUOT T., 2008, *La folie des hauteurs, pourquoi s'obstiner à construire des tours ?* Bourin Editeur, coll. Essai.
- PAULET J-P., 2002, *Les représentations mentales en géographie*, Paris, Anthropos, 152 pages.
- PINCHEMEL P., 1963, Les transformations des gratte-ciel new yorkais, *les annales de géographie*, Vol. 72, n° 390, pp. 247-249
- SANJUAN T ; (dir.), 2003, *Les grands hôtels en Asie. Modernité, dynamiques urbaines et sociabilité*, Paris, Publications de la Sorbonne, 272 p.
- SASSEN S., 1996, La ville globale, New York, Londres, Tokyo. Ed. Descartes et Cie , Collection : les urbanites
- THERY H., 2008, *Boom immobilier à Dubai*, Mappemonde, 2008-2 n° 90.  
<http://mappemonde.mgm.fr/num18/lieux/lieux08201.html>
- VELTZ P., 1996, *Mondialisation, villes et territoires: l'économie d'archipel*, Paris, PUF, 264 p.
- WACKERMAN G., 2008, *Géographie des civilisations*, Paris, Ellipses, 559 pages.