

Bruxelles – 5. 10. 2010

Dr. Rossend Casanova i Mandri
Conservateur du Disseny Hub Barcelona
Disseny Hub Barcelona, Montcada 12
08003 Barcelona, Espagne
rcasanova@bcn.cat

BARCELONE ET L'ANNEE INTERNATIONALE GAUDI 2002 : UN MODELE DE GESTION CULTURELLE

Abstract

En 2002, à l'occasion du cent-cinquantième anniversaire de la naissance de l'architecte Antoni Gaudí, Barcelone, la ville où il fit ses études d'architecture, où il vécut pendant la majeure partie de sa vie et où se trouvent ses œuvres les plus importantes, lui a dédié l'Année Internationale Gaudí, un grand programme, modèle de gestion culturelle. Ce texte présente la configuration du projet, son fonctionnement, ses éléments les plus importants et ses résultats les plus significatifs.

Introduction : Avant de l'Année Gaudí

À la fin du XIXe siècle, les causes favorisant le développement du style 1900, appelé Modernisme en pays catalan, existaient à Barcelone comme dans d'autres villes en Europe. Son esprit rénovateur et joyeux se développa dans ses plus diverses expressions ; l'architecture en fut le visage le plus visible, la carte de visite de nombreuses villes qui, comme Barcelone, vécurent intensément ce style.

Après le Modernisme viendra le Noucentisme, exclusivement catalan, dont la pensée sera très différenciée de celle de son prédécesseur et qui prendra corps dans un style clairement opposé. La dernière époque du Noucentisme coïncidera, en partie, avec la mort de certains des architectes du Modernisme, comme Lluís Domènech i Montaner (1849-1923) et Antoni Gaudí (1852-1926). Un moment qui cohabite du point de vue du style avec les premières avant-gardes et avec de grands changements dans le panorama politique et social, futurs détonateurs de la Guerre Civile espagnole (1936-1939), une tragédie dans tous les sens du terme, qui provoquera dans le domaine artistique une perte irréparable de témoignages modernistes à jamais disparus.

Pendant l'après-guerre et les années qui suivirent, tout ce qui est moderniste est relégué au second plan, même si les œuvres d'art dont la municipalité est propriétaire auront plus de chance ; et grâce à la volonté de la dictature franquiste de transmettre des signes de normalité, en 1945 l'administration municipale ouvrira le Musée d'Art Moderne, rassemblant un ensemble des pièces les plus significatives du Modernisme.

Cet intérêt naissant est également révélé dans le très intéressant livre *El Arte Modernista Catalán* d'Alexandre Cirici, à l'époque un ouvrage qui sera consommé par un groupe réduit de passionnés d'art et d'histoire.

Seul quelques visionnaires comprennent la puissance du Modernisme, non pas tant pour ce qu'il représente, mais pour ce qu'il est, surtout dans sa partie la plus épidermique, ses formes et ses couleurs. C'est le cas de Salvador Dalí (1904-1989), qui en 1956 photographie des immeubles comme La Pedrera ou le Park Güell où il tiendra différentes performances attiré par « l'architecture comestible » de Gaudí.

Bruxelles – 5. 10. 2010

Cette année-là, on célèbre également l'Exposition Gaudí et quelques publications sur l'architecte paraissent à l'occasion de son centenaire, mais malgré ces exemples d'intérêt naissant, son œuvre, comme celle de tant d'autres qui furent ses contemporains, n'est pas encore bien considérée, ni respectée, ni protégée et la spéculation commence à faire des dégâts dans cette période de développement économique important. C'est alors que de nombreux édifices commencent à subir des modifications (en 1955, les greniers de La Pedrera sont divisés en appartements).

Malgré cela, l'avenir n'était pas complètement pessimiste et pendant la décennie des années 1970, qui est aussi celle des dernières années de la dictature, de sa disparition et de l'arrivée de la démocratie, en 1978, une nouvelle génération d'universitaires va s'occuper du Modernisme. Beaucoup d'études deviendront bientôt des publications, suivies de nombreuses thèses doctorales, d'études spécialisées qui prépareront le chemin vers la future revalorisation de ce style. Commence une époque de reconnaissance, d'intérêt et de sensibilisation. La décennie des années 70 coïncide aussi au niveau international avec l'incorporation de différentes pièces de Gaudí aux collections d'architecture et de design du MoMA, d'autres musées le feront plus tard, comme le Musée d'Orsay en 2000.

Pendant ce temps à Barcelone, des campagnes de grande portée comme *Barcelona posa't guapa*, -Barcelone fais-toi belle-, engagée en 1986 par l'IMPUIQV de la municipalité, permettant aux citoyens de demander des aides pour restaurer ou conserver leur maison, favoriseront la récupération et la mise en état de nombreux immeubles.



1. Une grande bâche couvre la Casa Lleó Morera dans le cadre de la campagne *Barcelona posa't guapa* (Barcelone fais-toi belle) lancée en 1986 par l'Institut Municipal del Paisatge Urbà i la Qualitat de Vida de la municipalité de Barcelone. © IMPUIOV

beaucoup à faire, la machine de revalorisation du Modernisme était enclenchée et l'intérêt culturel d'une part et la promotion touristique de l'autre feraient le reste.

Le point d'inflexion fut donc 1993. Après le grand succès des Jeux olympiques et la visualisation de la ville au plan mondial, le secteur touristique commence alors à se rendre compte de l'importance considérable de la culture dans la ville et des contenus culturels qu'elle est capable de proposer.

La célébration en 1992 des Jeux olympiques de Barcelone aura besoin de référents pour projeter la ville dans le monde et l'œuvre de Gaudí sera choisie pour cela et à partir de ce moment-là, elle sera associée à la capitale catalane au plan international. Mais l'œuvre de l'architecte est alors encore une photo de carte postale et son essence, comme celle d'autres architectes du Modernisme reste à diffuser. Malgré cela, malgré qu'il reste

Bruxelles – 5. 10. 2010

Les universités aident à mieux comprendre l'histoire et elles incorporent le Modernisme comme matière dans les plans d'études. Les écoles d'architecture expliquent aussi les systèmes de construction, les historiens exposent la vision globale de cette période. Le terrain est fertile, mais il faut asseoir définitivement la figure de Gaudí comme le grand architecte de Barcelone, le Catalan universel qui fit avancer son temps grâce à une œuvre extrêmement originale et unique.



2. Cobi, la mascotte officielle des Jeux olympiques de 1992 conçue par Javier Mariscal, porte l'icône de la ville à son bras: le Temple de la Sagrada Família. © Any Internacional Gaudí 2002

Deux équipements marqueront les possibilités de cet objectif. D'une part, le Temple de la Sagrada Família, qui continue dans sa croissance imparable, proposant en plus des visites guidées de l'édifice, une exposition permanente au Musée du Temple. D'autre part, La Pedrera, convertie en centre culturel, inaugure en 1996 un auditorium, des salles d'exposition et la visite de son grenier où se trouve l'exposition didactique Espace Gaudí.

Enfin, en 2000, le Musée National d'Art de la Catalogne accueille les différentes collections d'art, parmi lesquelles se trouvent celles des XIXe et XXe siècles, avec le Modernisme comme la principale.

Structure et fonctionnement de l'Année Gaudí

Mis à part ces équipements culturels, Barcelone s'est constituée pendant ces dernières vingt années comme une ville culturelle, organisatrice régulière d'événements ayant nourri des réflexions, tant des Barcelonais eux-mêmes que de nombreux citoyens étrangers qui la visitent annuellement.

C'est donc dans ce contexte qu'au sein de l'Institut de Culture de Barcelone (ICUB), le département de culture de la municipalité, responsable de la gestion des équipements et des services culturels municipaux, promeut la célébration d'un événement à la mémoire de Gaudí qui, alors, rassemblait déjà de nombreux visiteurs et touristes curieux devant ses édifices.

Le but vise, en grande partie, à être une grande opération de marketing territorial, dans le sens où celle-ci implique toute la ville et des secteurs très différents. Mais elle naît comme projet rassembleur, qui réunit les expériences de ceux qui, pendant des années, ont travaillé sur l'œuvre de Gaudí, des historiens, des architectes, des architectes techniques, des restaurateurs, des archivistes, des photographes,... et aussi ceux qui peuvent apporter leur expérience dans les domaines les plus divers, comme les équipements culturels, les artistes, les enseignants, les professeurs universitaires, le commerce, les loisirs... En définitive, on souhaite consacrer un programme culturel à Gaudí. Un projet qui devait servir à mieux expliquer son œuvre, à mieux connaître son architecture, à découvrir la complexité de sa géométrie, à pouvoir visiter ses édifices, à se laisser surprendre par ses dessins originaux...

La proposition avait, en plus de cela, une vocation internationale. Non seulement parce que de nombreux professionnels de différentes nationalités s'intéressaient à l'œuvre de Gaudí depuis des années et l'étudiaient ou travaillaient sur des projets ayant trait à son œuvre, mais aussi parce qu'il fallait répondre à la grande demande touristique et qu'il existait la volonté

Bruxelles – 5. 10. 2010

de dépasser les frontières, de toucher le plus de gens possible, en étant pédagogues et en expliquant l'importance de son travail et ses contributions à l'architecture universelle. C'est dans ce contexte qu'on décida de célébrer, en 2002, l'Année Internationale Gaudí. Une date qui coïncidait avec le 150^e anniversaire de sa naissance.

Dans toute année thématique, deux objectifs clairs se posent : d'une part réaliser des contenus de haute qualité qui seront recueillis dans le programme officiel et d'autre part, arriver à ce que l'évènement intéresse tous les citoyens et qu'ils le vivent en se l'appropriant. De fait, si l'on considère que le succès de l'année thématique réside dans le fait de concilier

gaudí 2002

ces deux objectifs, on voit rapidement que l'un répond à une logique artistique ou scientifique et l'autre à une logique plus politique.

Avec l'irruption de l'année thématique entre en scène un instrument culturel d'une puissance mobilisatrice inconnue. Parce que l'année thématique se déploie sur différentes scènes du territoire, dans le cas de l'Année Gaudí, au-delà de l'espace urbain pour toucher le département, la province, la communauté autonome, l'état et même le niveau international. Par conséquent, ce projet a reçu aussi le soutien du gouvernement autonome de la Catalogne et du ministère de la culture espagnol.

Les préparatifs ont commencé à partir de l'an 2000. À ce moment-là, l'administration municipale désigna Daniel Giralt-Miracle, spécialiste de Gaudí, historien et critique d'art, comme commissaire général ; c'est lui qui proposa l'idée, travailla sur le concept et décida des propositions à présenter.



3. L'affiche de la campagne de communication avec la salamandre du Parc Güell. © Any Internacional Gaudí 2002

Après une première intention, qui permet de configurer un programme idéal d'activités, commence le travail qui consiste à générer des complicités entre l'organisation municipale et les agents sociaux. Parce que l'année thématique, comme macro proposition culturelle, nécessite des contenus et des idées, éléments de base qui surgissent de la propre institution promotrice et de celles qui sont invitées, des organismes aux particuliers ou aux entreprises qui proposent les leurs, en s'ajoutant au projet. Le projet devient, en définitive, un grand conteneur culturel dimensionné dans le temps.

La première action de l'Année Gaudí fut de déterminer ses dépenses avec précision, c'est-à-dire les ressources économiques nécessaires pour mettre en marche et maintenir le projet en fonctionnement. La formule économique était très simple, l'apport proportionnel des parties (municipalité, gouvernement autonome et ministère).

On prévoyait que la méthodologie de travail serait complexe, c'est pourquoi le Bureau technique fut créé et établi dans l'ICUB, qui

Bruxelles – 5. 10. 2010

fonctionnerait exclusivement pour l'année thématique. Il avait pour objectif de coordonner tous les agents impliqués, d'être récepteur d'idées et de matérialiser les éléments qui en feraient partie (programme, communication, presse, etc.).

Le Bureau technique se chargea de propulser toutes les relations avec les particuliers et les institutions qui, de par leurs caractéristiques, étaient susceptibles d'adhérer au projet. Des universités, des écoles de design et de métiers d'art, des associations, des organismes culturels, des académies royales, des musées, des archives, des équipements culturels et d'exposition, des bibliothèques, des propriétaires d'immeubles de Gaudí, le secteur touristique et de l'hôtellerie, les médias de la presse numérique, écrite, orale et télévisuelle et un long etcétéra furent invités, un par un, à rejoindre la célébration. La contrepartie supposait une visualisation et une augmentation du nombre de visites, de consultations, de consommation, etc.

Pour rendre visible tout ce volume de participants, un organisme fut inventé qui les intégra, le Conseil Promoteur, qui de plus leur donnait une visibilité. Il s'agissait, en fin de compte, de la participation de la société civile, qui s'appropriera rapidement le projet car elle sentait Gaudí et son œuvre comme étant complètement proches.

L'implication des participants fut telle que le gros des propositions fut croissant de manière exponentielle en peu de temps, passant d'une trentaine de propositions prévues au départ à plus de 300 qui furent finalement réalisées. Logiquement, pour déterminer la qualité et l'intérêt de celles-ci, une équipe d'évaluation fut créée, la Commission d'Évaluation, qui,



4. Un moment du spectacle pyrotechnique “Nit de llum i foc” qui rassembla 60.000 personnes au Temple de la Sagrada Família. © Any Internacional Gaudí 2002

avec le commissaire général, se chargeait de juger et d'évaluer les propositions présentées par les entités du Conseil Promoteur, afin d'éviter des activités excessivement commerciales ou de moindre qualité.

L'année thématique avait aussi pour intérêt de s'adresser à toute la société, tant et si bien qu'elle n'affectait pas seulement les membres du Conseil Promoteur, mais qu'elle impliquait aussi tous les citoyens. C'est pourquoi tenant compte de la complexité même du projet et du volume d'activité, le Comité d'Honneur fut créé, dans une approche institutionnelle de structure pyramidale. Au sommet et dans l'intention claire de procurer prestige au projet, une présidence d'honneur fut créée, représentée par Sa Majesté Sofia, suivie d'une présidence et cinq vice-présidences.

Les actions les plus importantes

En ce qui concerne les propositions d'activités, une fois acceptées elles furent incorporées au Programme officiel, qui était distribué en trois grands espaces dans le temps : un acte principal d'inauguration, un corps central d'activités et un acte de clôture. De plus, l'Année Gaudí consacra, à la moitié de l'année, le 1^{er} juin 2002, un jour spécial au moment le plus

Bruxelles – 5. 10. 2010



5. L'exposition "Gaudí. Art et design" célébrée au Centre Cultural Caixa Catalunya à La Pedrera et qui réunit les pièces de mobilier les plus emblématiques de l'architecte. © Any Internacional Gaudí 2002

intense du projet. Sous le titre « Un jour avec Gaudí », une journée portes-ouvertes fut organisée dans tous les édifices et expositions qui étaient à l'affiche. Ce jour-là, il y avait deux scènes principales, le Park Güell avec des spectacles et le Temple de la Sagrada Família avec des feux d'artifice (retransmis en direct par la télévision locale et regardé par 500.000 téléspectateurs).

A partir de l'inauguration, les différentes activités programmées sont développées, aux contenus très divers et pour tous les publics, même s'il y eut aussi des activités spécifiques pour les secteurs professionnels (écoles, universités, etc.).

L'une des particularités des activités était qu'elles s'adaptèrent souvent à la programmation habituelle de la ville. Car Barcelone possède une programmation stable au cours du calendrier annuel et on en profita pour les adapter au programme. Par conséquent, mis à part les propositions faites sur mesure, nombreuses furent celles qui étaient des activités reconverties ou pensées sous le projet Gaudí. En ce qui concerne les activités sur mesure

conçues dès le départ, lors de la configuration du programme préliminaire deux ans auparavant, il faut signaler que l'on considérait nécessaire d'expliquer Gaudí au moins sous trois de ses aspects principaux : son architecture originale, ses apports au design et le monde dans lequel il vivait. Ces trois contenus furent reflétés dans différentes expositions : « Gaudí. La recherche de la forme » qui portait sur ses solutions géométriques originales, « Gaudí. Art et Design » qui réunit ses pièces de mobilier les plus emblématiques et représentatives, et « L'univers Gaudí » qui pénétrait dans son monde mental et esthétique complexe.

Mis à part les 37 expositions qui eurent lieu, le Programme d'activités comptait cinq chapitres de plus, les actes institutionnels au nombre de 3, les spectacles au nombre de 9, les conférences, les cours, les séminaires et les ateliers au nombre de 47, les éditions, productions audiovisuelles ou numériques au nombre de 34, la visite d'édifices ou d'itinéraires pour lesquels il y eut 17 propositions, etc.

Toutes ces activités s'adressèrent, en général, à tous les publics avec une claire intention de toucher le plus grand nombre possible de personnes. Pour information, nous dirons que pendant l'année 2002, près de 6 millions de personnes ont participé à certaines de ces propositions.

Le Programme d'activités fut développé dans quatre espaces géographiques, à Barcelone, en Catalogne, dans le reste de l'Espagne et à l'étranger, où il fut présent dans plus de 50 villes ou localités. Au niveau international, il faut souligner des expositions à Rome, Milan, Luxembourg, Moscou, Munich, New York et Paris ; un cycle de conférences à La Haye et Stuttgart ; et un symposium à Washington. Il faut ajouter que l'exposition mentionnée

Bruxelles – 5. 10. 2010

« Gaudí. La recherche de la forme » est voyagé après Barcelone à León (2002), Gênes (2003), Tokyo (2003), São Paulo (2004) et Naples (2004).

Pour que la célébration et toutes ces activités soient portées à la connaissance du public, on mit en place une stratégie de diffusion qui comptait un bureau de communication propre au sein du Bureau technique. La communication était basée sur deux axes principaux : d'une part la production de matériaux de différente nature qui serviraient à diffuser les activités, comme un calendrier mensuel, le programme officiel imprimé, une version spéciale dans des encarts publicitaires dans les journaux, l'information pour la presse ou la page web officielle (www.gaudi2002.bcn.es) et d'autre part, la campagne de communication proprement dite, diffusée à la radio, à la télévision, dans les rues avec des banderoles et des affiches, dans le métro avec opis. Tous ces supports aidaient à expliquer l'objectif renforcé à l'aide d'une image de campagne et du logotype officiel.

Le Bureau technique comptait aussi un service de presse dont le travail était de s'occuper des médias et de leur demandes, de leur fournir un soutien constant et dans des langues différentes, de leur faciliter des informations diverses et de réussir à les faire rentrer dans les édifices de Gaudí qui, dans certains cas, n'avaient jamais été ouverts au public auparavant.

Il faut dire que l'Année Gaudí trouva dans la presse l'un de ses principaux alliés. Différents quotidiens locaux consacrèrent des pages entières à l'évènement, certains en faisaient un suivi quotidien et allèrent même jusqu'à créer des jeux ou des concours expressément réalisés pour l'occasion. On invita à Barcelone différents journalistes au plan international pour leur expliquer les vertus du projet, l'œuvre de Gaudí et l'apport que cette année-là représentait.

Pour se faire une idée du volume de communication générée par le Bureau technique, il faut savoir que son département de presse émit en un an 130 communiqués de presse, 53 conférences de presse, deux grands envois avec du matériel d'information à plus de 2000 journalistes étrangers, s'occupa de 500 journalistes étrangers et effectua des actions de support pour 90 cabinets de presse des différentes institutions et entités qui réalisaient l'activité, ainsi que pour 30 press-trips internationaux qui réunirent plus de 400 journalistes à Barcelone.

De l'ensemble des actions dérivent les résultats. Plus de 3000 articles écrits dans la presse écrite, près de 4000 articles sur Internet, plus de 200 reportages et environ 300 entrevues concédées aux radios nationales et internationales. Différents programmes et documentaires analysèrent l'œuvre de Gaudí avec un ensemble de plus de 50 heures d'émissions à la télévision. Au plan international, Oxford TV produisit pour la BBC le documentaire "Gaudí dreams in stone" réalisé par Robert Hughes.

Cet écho médiatique eut son effet, surtout sur le tourisme culturel, qui était un des objectifs du projet. Parmi les nombreux exemples liés au secteur touristique, il faut signaler la promotion faite à partir de l'an 2001 par Tourisme de Barcelone et Tourisme de la Catalogne, en coordination avec les Bureaux espagnols de Tourisme. On réalisa des présentations au plan international qui furent diffusées auprès des tour-operators, plus particulièrement ceux spécialisés dans le tourisme culturel. Et on participa aux salons touristiques les plus importants, comme l'ITB de Berlin, où cela éveilla beaucoup d'intérêt.

Bruxelles – 5. 10. 2010



6. Un parapluie avec les vagues d'eau qui évoquent le *trencadis* de Gaudí et qui faisait partie des multiple objets de merchandising. © Any Internacional Gaudí 2002

Parallèlement, dans la ville surgirent des idées uniques, comme le Bus Gaudí qui parcourait la ville en faisant des arrêts devant les œuvres de l'architecte et dans les espaces culturels où avaient lieu des expositions.

Les résultats (impact économique et social, écho international, l'héritage...)

L'Année Gaudí a été la première année thématique en Catalogne à être perçue comme un phénomène d'une singulière efficacité. Celle-ci impliqua une avancée très importante dans la connaissance de Gaudí, tant du point de vue technique de son œuvre que du point de vue artistique, de l'histoire et de sa biographie mais aussi un pas en avant dans sa diffusion et le fait que sa figure, qui était populaire, devint connue.

Quand le projet fut conçu, l'un des objectifs était qu'une fois l'année 2002 terminée, il en restât quelque chose au-delà du souvenir. On souhaitait un héritage qui perpétue, d'une certaine manière, le travail réalisé pendant tout ce temps. Dans l'éventail d'activités et de productions, il est vrai que certaines de celles-ci furent temporaires et éphémères, comme les concerts, les expositions, les conférences, le merchandising... mais d'autres demeurent en héritage, comme de nombreux livres, les catalogues des expositions, différentes productions audiovisuelles et enregistrements, la création de nouveaux équipements comme l'ouverture du Pavillon de Conciergerie du Park Güell, qui devint un Centre d'Interprétation, ou l'ouverture de la Maison Batlló, etc.

Pour évaluer les résultats obtenus, différents indicateurs furent choisis, les plus intéressants sont ceux qui ont à voir avec l'approfondissement de la connaissance de Gaudí et de son œuvre, ainsi que du Modernisme en général. Et on peut affirmer que dans le cas de l'Année Gaudí, on est arrivé à fuir du cliché pour approfondir dans la complexité de sa géométrie et des propositions radicales de son architecture.

En cette année 2010, alors que dix ans se sont écoulés depuis cette année 2000 où l'on commença à préparer l'Année Gaudí, on observe que la figure et l'œuvre de Gaudí sont beaucoup plus connues et valorisées. Les éléments de diffusion que l'on mit en marche à ce moment étaient nombreux, mais il serait injuste de penser qu'ils furent tous générés par le Bureau technique. À titre d'exemple, la prestigieuse revue britannique Condé Nast, spécialisée dans le tourisme, choisit Barcelone comme quatrième meilleure destination urbaine et en même temps, de nombreuses publications disaient des merveilles de la ville et de son architecte. "Barcelona's Great Urban Spaces" voilà quel fut le titre du quotidien The New York Times. Gaudí fut mentionné dans des nouvelles et des reportages dans tous les pays d'Europe, et dans de nombreux pays d'Asie et d'Amérique du Sud.

On constatait la publicité de Gaudí dans la ville elle-même. Par exemple, la Maison Batlló, ouverte en 2002 et qui reçut 30.000 visites mensuelles, ou la Route Gaudí (IMPUiQV), avec plus de 50.000 visiteurs. Rien d'étrange donc, à ce qu'en cette année le tourisme représentât 14% du Produit Intérieur Brut (PIB) de la ville.



7. La Route Gaudí de l'Institut Municipal del Paisatge Urbà i la Qualitat de Vida de la municipalité de Barcelone au Collège des Thérésiennes. © IMPUiQV

L'Année Gaudí a laissé son empreinte sur d'autres projets. On pourrait citer Mackintosh 100 qui eut lieu à Glasgow en 2009, et qui, même si elle n'eut pas toute la portée du cas catalan, proposa un programme et des éléments d'organisation qui faisaient écho à l'initiative barcelonaise. Et à Utrecht on voulut impulser un projet avec la figure de Rietveld, de dimensions moindres, et qui se concrétisa dans une voie cycliste à la manière du Bus Gaudí.

Enfin, il faut affirmer que l'Année Masó, célébrée en 2006 dans toute la Catalogne et en particulier dans sa ville d'origine, Gérone, fonda son fonctionnement et sa dynamique organisationnelle sur la formule et l'expérience de l'Année Gaudí. Une année dont il faudra se souvenir et qui restera, sans doute, un modèle de gestion culturelle.

Référence bibliographiques

Cirici, Alexandre (1951) *El Arte Modernista Catalán* (Barcelona : Aymà)