

©HINidentité /PAGE 3
Sini-cité /PAGE 11
Communi-cité /PAGE 29
Hybridi-cité /PAGE 47

Influx(ences) /PAGE 59
Occidentalisme /PAGE 61
Soviétisme /PAGE 69
Traditionalisme /PAGE 83
Retour/PAGE 87

Asiatismes et chinoiseries /PAGE 89
Toi...toi...mon toit /PAGE 93
One World One Dream /PAGE 99

Branding ©HINA /PAGE 103
MAD(e) in China /PAGE 105
Branding the city /PAGE 111
Branding in the city /PAGE 125

©HINA under construction
///PAGE 157

ADhouse Get It Louder 2007
///PAGE 267

Bibliographie /PAGE 353

©HINA.unLTD



©HINA.unLTD



RAYONNEMENT /
émigration - exil - diplomatie - coopération - péril jaune - produits made in China - investissements - culture



CONTRACTION /

globalisation - occidentalisme - délocalisation - eldorado économique - péril blanc - modèles - immigration - tourisme

©HINIDENTITE

La Chine des empereurs n'est plus, la Chine de Mao n'est plus, qui sont les chinois et quelle est donc cette Chine d'aujourd'hui ? Etant donné la taille et le potentiel du dragon asiatique, son éveil fait d'ors et déjà vaciller la hiérarchie qui s'était établie pendant son pseudo sommeil. Les problématiques internes ont des répercussions directes et immédiates sur la situation mondiale. L'état actuel des choses permet de mesurer la complexité de ce changement de cap et l'ampleur des bouleversements que subit ses 1 milliard 300 millions d'habitants.

La Chine est partout...de l'épicerie de la rue de Belleville à Paris aux marchés de l'Afrique ou des Amériques. La Chine est partout et pourtant la Chine est méconnue ou mal connue. Après avoir été fermée sur elle-même pendant près d'un demi-siècle, les transformations rapides et profondes qui s'y produisent

depuis plus de 25 ans accroissent l'incompréhension Est-Ouest. Déchiffrer les mécanismes qui construisent la Chine d'aujourd'hui devient surtout complexe lorsque l'on sait que la vitesse de son développement actuel instaure un régime d'instabilité continuelle.

L'image exotique et pittoresque traditionnelle cède désormais la place à celle des usines *made in china* et des skylines des métropoles modernes devenues des centres économiques internationaux de premier plan. Le bouleversement des relations sino mondiales nous dévoile les transformations internes d'un pays en pleine accélération et leurs conséquences. L'éveil de l'empire du milieu et sa réouverture sur le monde, semblent y avoir causé malgré elle une **crise identitaire** profonde. Les chinois perdent peu à peu les repères que leur procurait l'espace introverti dans lequel leur civilisation s'était développée. On tente de se raccrocher à ceux qui leur permettront de prendre part au 'festin'

de la mondialisation. Pourtant, toujours animé d'un fort élan nationaliste, d'une histoire et de traditions millénaires, les chinois revendiquent l'expression d'une identité différente, voire **alternative**, à celle de l'occident. Le problème est qu'ils ne savent plus très bien eux-même ce qui définit leur *différence*. Les chocs historiques et les transformations rapides qu'ils subissent tendent de plus en plus à l'abolition des distances et de la différenciation. Les idéologies radicales (et radicalement différentes) qui se sont succédées ces dernières décennies ont plongé la Chine, sa société et ses espaces dans une véritable **ambiguïté**. Cette ambivalence et ces comportements quasi-schizophréniques (Orient/Occident, capitaliste/communiste, moderne/traditionnel) qui se bousculent à l'échelle nationale sont ancrés dans chaque individu et le poussent à la flexibilité.



CHINE ?



CHINE IMPERIALE



CHINE DE MAO



CHINE ROUGE



CHINE MODERNE



CHINE TRADITIONNELLE



COMMUNISME vs CAPITALISME



CHINE ANCIENNE



CHINE NOUVELLE ?



Sini-cité

En 1935, Lin Yutang tentait, en appuyant sa réflexion sur les racines culturelles de sa civilisation, de présenter l'essence, les comportements et les philosophies qui différenciaient les chinois des autres peuples. Cet ouvrage articule particulièrement bien les préceptes qui régissaient la relation de l'homme au monde et à la société. **L'individu** et le **groupe** sont intrinsèquement liés ; ils s'inter-définissent. L'identité est en Chine une notion fondamentalement duale et bipolaire. Contrairement à la mystification occidentale de l'homme, la société chinoise n'a porté que très peu d'importance à l'individu seul. Sans la famille, le clan, la ville ou village, la province, le pays, l'homme n'est plus qu'être naturel dépourvu de sens. En transférant l'identité individuelle sur celle du groupe, la Chine semble avoir accepté la multiplicité et la diversité de façon naturelle. La doctrine du juste milieu (équilibre entre les pôles) et les modes de pensées dualistes s'opposent très nettement à la vision occidentale du monde et engendrent des valeurs et une

ontologie foncièrement différentes. L'harmonie sociale et l'équilibre naturel des choses semblaient s'imposer comme les objectifs absolus auxquels chaque individu devaient tendre. Confucius (-Ve siècle) fût un des premiers à essayer de synthétiser une *définition* de l'homme (人 *ren*) et à identifier les rapports entre culture personnelle et bien public. Les écrits du grand sage devinrent pendant des siècles une référence à la compréhension de l'homme chinois civilisé. Ils formulaient le paradigme selon lequel l'individu et la société s'organisaient. Les **doctrines** confucéennes fondèrent le socle politique et philosophique de la civilisation chinoise, et la base éthique de la conception de ses espaces.

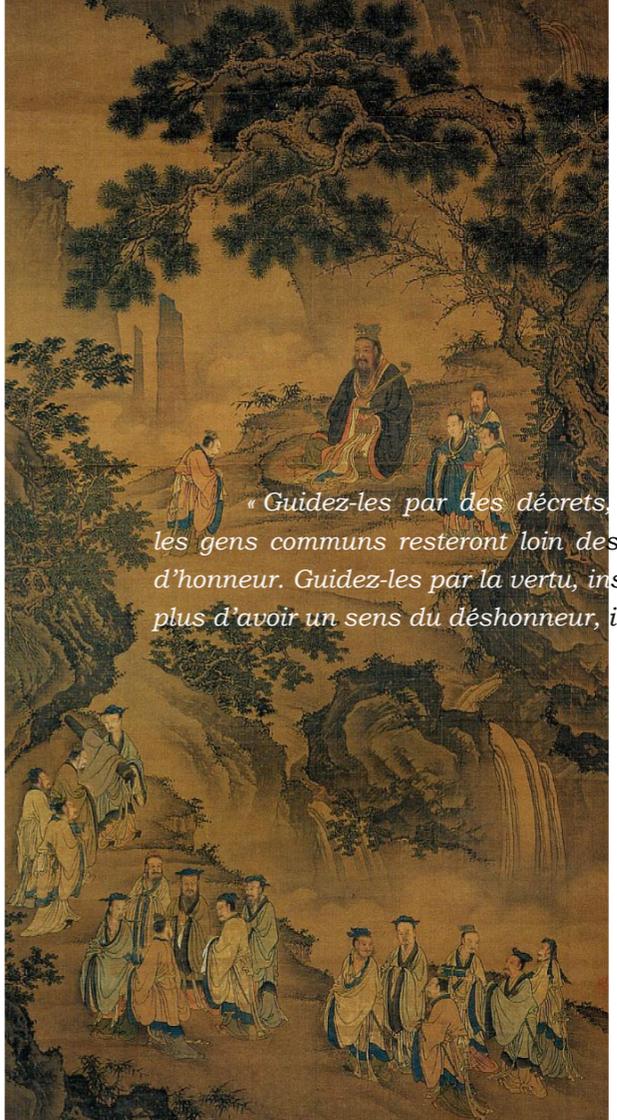
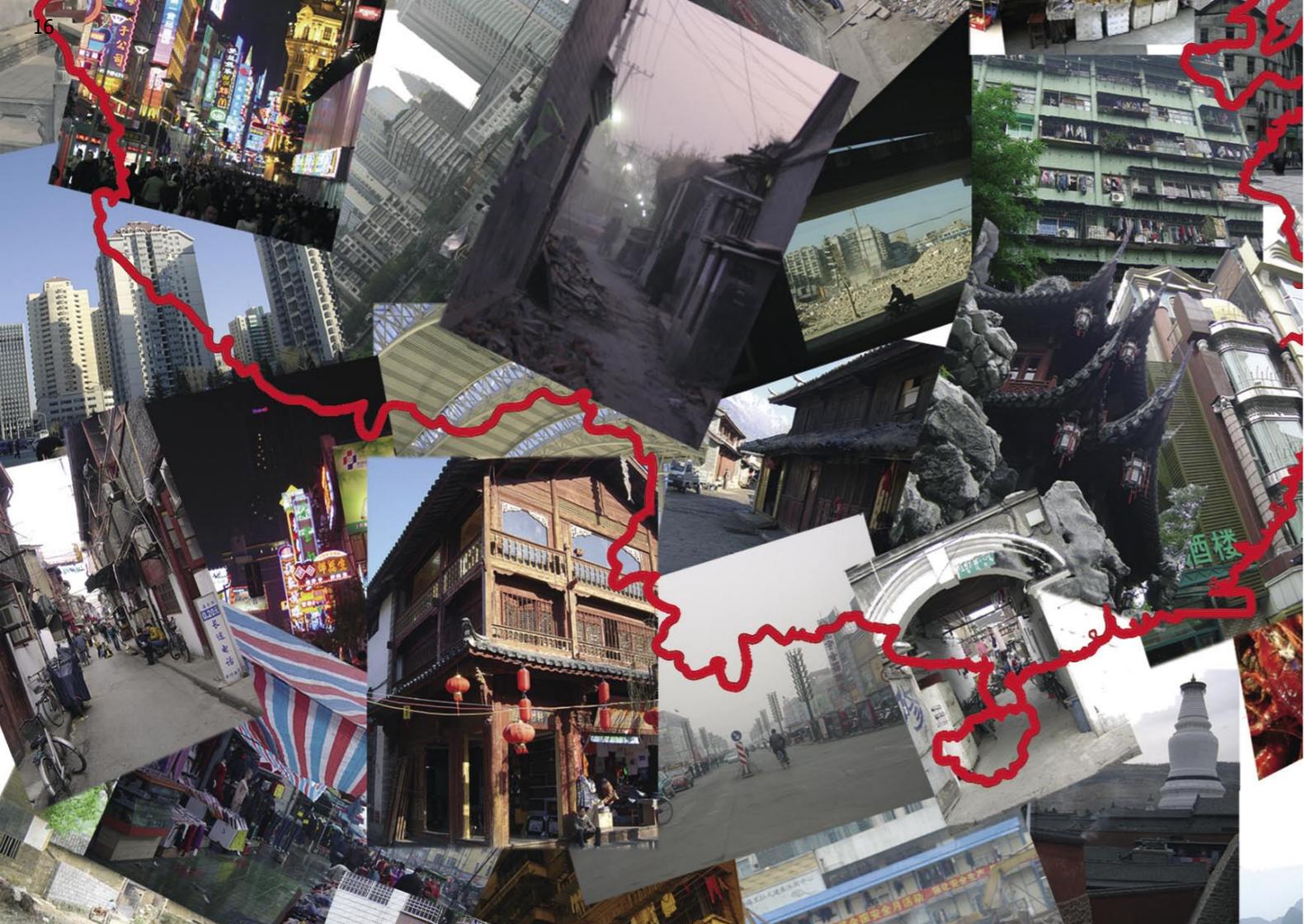
La Chine est grande, la Chine est multiple et pourtant la Chine est

« *une* ». 9 600 000 km² (17 fois la France), 1.3 milliards d'habitants dont 56 ethnies et 8 dialectes principaux et leurs variantes, la Chine est un espace hétérogène. Comment dans un territoire aussi vaste et contrasté peut-on déterminer *une* identité ? Les personnes, les modes de vie, l'habitat, les villes, les espaces, les contextes sont kaléidoscopiques. Pourtant,

n'y a-t-il pas un fond commun sous-jacent à cette diversité de formes? Il est peut être très dangereux de parler de manière simpliste de *culture commune*. Les Bai et les Naxi (ethnies du Yunnan) sont très différents culturellement (architecture, rites, musique, artisanat, arts,...) et pourtant ils ne vivent qu'à quelques dizaines de kilomètres les uns des autres. Ou encore, les ouïgours de la province du Xingjiang ressemblent bien plus à des peuples d'Asie centrale (Islam, territoire désertique, faciès, traditions, modes de vie,...) qu'à la vision occidentale du *chinois bridé*. Il serait peut-être donc plus prudent de parler de réseau de connections (关系 *guanxi*), d'éléments particuliers communs composants une sub-structure entre les différents groupes.

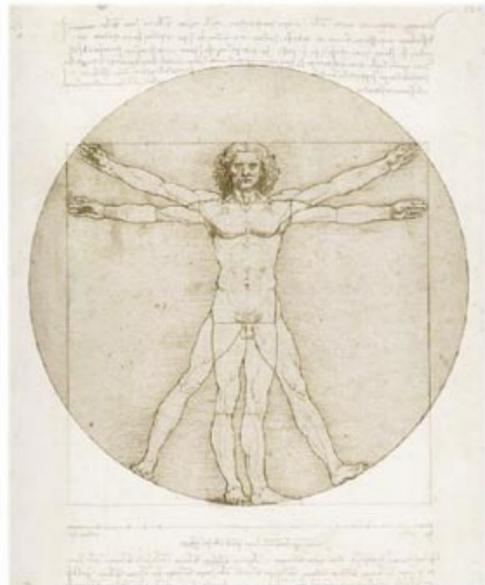




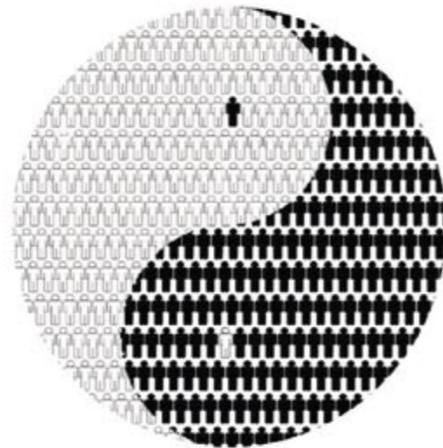


« Guidez-les par des décrets, contraignez-les par la punition, et les gens communs resteront loin des ennuis mais n'auront aucun sens d'honneur. Guidez-les par la vertu, instruisez-les grâce aux rites [li], et, en plus d'avoir un sens du déshonneur, ils se reformeront eux-mêmes. »

Confucius



L'HOMME DE VITRUVÉ : conception occidentale quasi-divine de l'individu



L'HOMME CHINOIS : inter-relation identitaire fondamentale entre individu et groupe

L'ordre et les moeurs chinoises (han principalement) et la colonisation ethnique qui consistait à déplacer de grandes populations aux quatre coins du territoire, permettaient d'établir un tronc commun fédérateur tout en acceptant le métissage.

« A cause des éléments si divers qui ont participé à sa formation et sont venus l'enrichir et la transformer au cours des temps, la civilisation chinoise a été comme les autres grandes civilisations, une création perpétuelle. »

.Pierre Genet_ Le Monde Chinois

Le titre de l'ouvrage de Pierre Genet traduit ce qui saute aux yeux encore aujourd'hui : La Chine est un «petit» monde. Une entité qui produit une identité *globale* et qui, à la fois, permet la multitude et la diversité sans que cela ne devienne contradictoire.

Cette *matrice idéologique* tend à unir la diversité, soit par des codifications, des règles, des symboles, soit par des modèles philosophiques et esthétiques qui, au-delà de former un univers d'images, se veulent projetables dans le monde réel. L'architecture et l'urbanisme étaient, et sont, en ce

sens non seulement signes d'identité culturelle, mais aussi instruments de mise en scène sociale. Les visions utopiques urbaines qui se sont succédées en Chine représentent en ce sens des condensations riches et plus ou moins abstraites de l'image que l'homme se fait de lui-même et de la société. Les changements dans la conception des villes ont toujours coïncidés avec les révolutions politiques et les nouvelles utopies sociales.

L'apparition très précoce d'un état centralisé (-221) impliqua une conscience accrue des relations qu'entretiennent conception de l'espace, gouvernance et conception de l'homme. La volonté impériale de contrôle et d'imposition des modes d'habiter, souligne

l'importance d'instaurer et de propager des **modèles urbains fédérateurs**. La conscience sociale confucéenne sous-jacente au lien individu/société s'imposa non seulement comme base de hiérarchie sociale (homme, famille, clan, ethnie, société) mais aussi, par analogie, comme préceptes d'organisation spatiale des villes (chambre, maison, quartier, ville, pays). Comme un système de poupées russes, l'imbrication d'échelle et la **similitude** conceptuelle des espaces matérialisaient la volonté d'harmonie et les objectifs collectifs.

La siheyuan, maison à cour traditionnelle, « peut, en un certain sens, être perçue comme une 'machine' de production de sujets confucéens. »

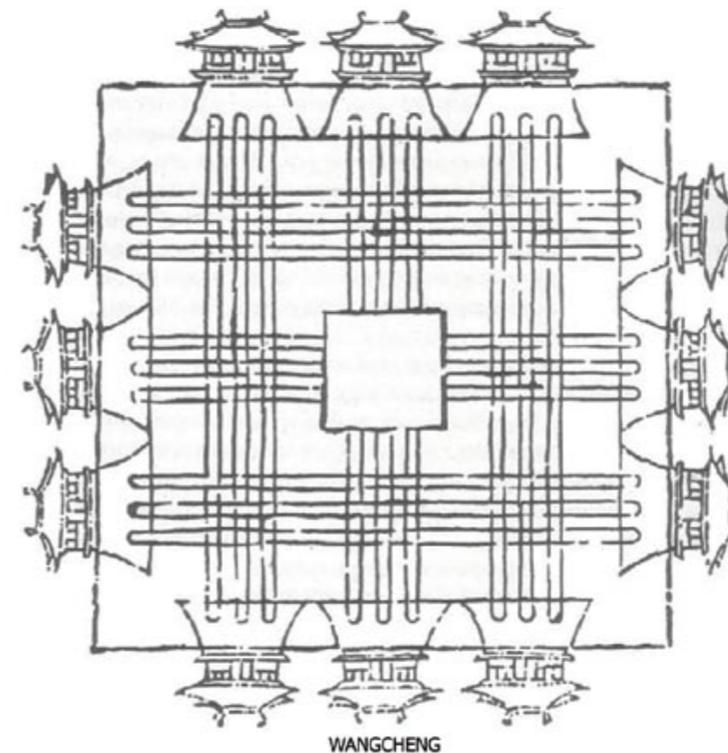
David Bray

La ville elle-même impose une codification spatiale issue de doctrines bien précises, qui produit des citoyens de l'empire (identité sociale) tout en essayant d'harmoniser leurs relations. Dans le *Kaogongji* (*Zhou li*, rites des Zhou), qui datent approximativement de l'empereur Han Wudi (141 – 87 av JC), apparaît une description de la capitale idéale *Wangcheng*. Le palais de l'empereur est au centre de la grille sur un axe nord-sud où se succèdent d'autres bâtiments gouvernementaux et des places de rituels et de culte.

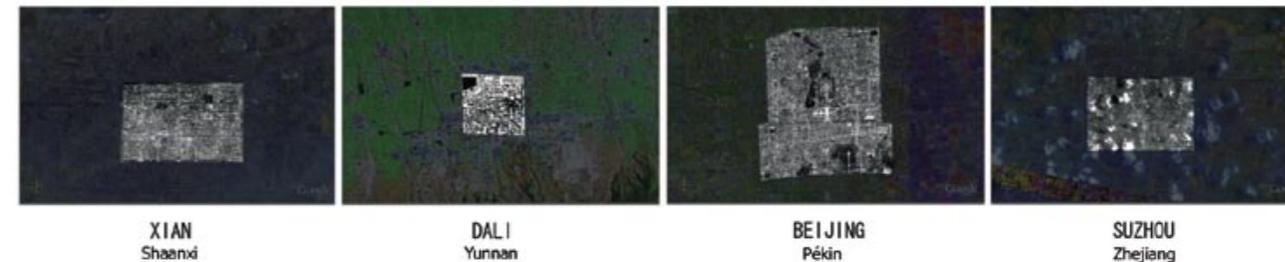
Hautement **symbolique**, ce plan structure la vision du monde chinois et l'organisation sociale du pays. La cosmologie (lien entre ordre naturel, divin et humain), la gouvernance et l'ordre social sont sous-jacents à la structure du plan et tentent de situer l'homme, de le définir, en fonction de la nature, du système politique et de la société. Modèle générique de ville, *Wangcheng* condense une obsession de **l'ordre** et des **hiérarchies** mais aussi de

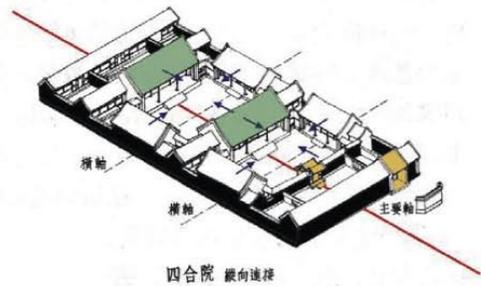
similitude fondamentale entre élément et tout, entre local et global. L'implantation de la ville (*feng shui*), son orientation, son axialité, ses remparts font écho aux préceptes fondamentaux qui régissent la siheyuan et l'ordre hiérarchique de la famille confucéenne.

L'**harmonie sociale** dans les règles préétablies de la doctrine et l'identité commune se matérialisent dans les espaces plaçant l'individu dans un contexte stable et immuable.



« un carré aux côtés de neuf li, chacun des côtés ayant trois portes. A l'intérieur de la capitale il y a neuf avenues méridionales et neuf avenues latitudinales, chacune d'une largeur de neuf voies de chariots. »

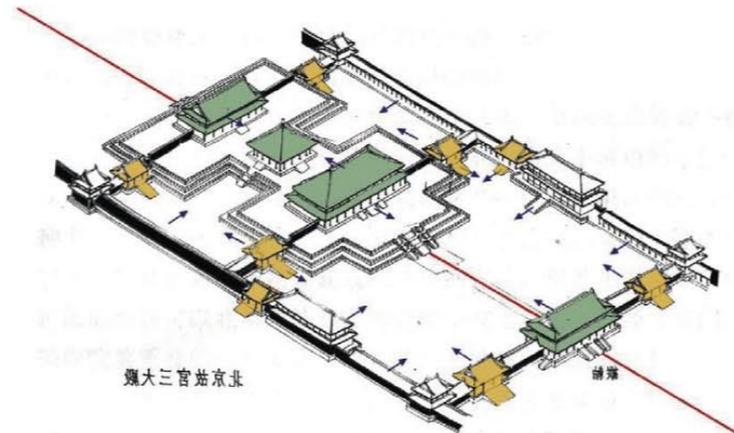




四合院 縱向透視

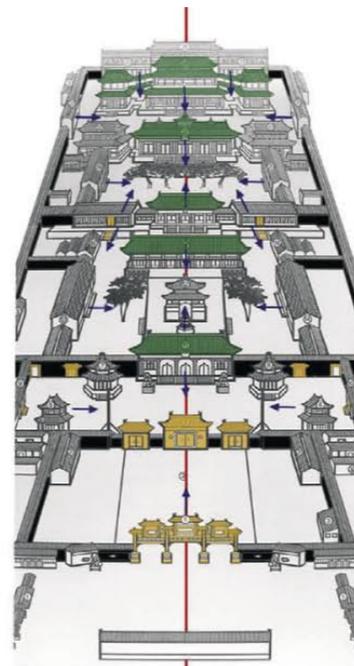
SIHEYUAN
Maison familiale

Similitudes

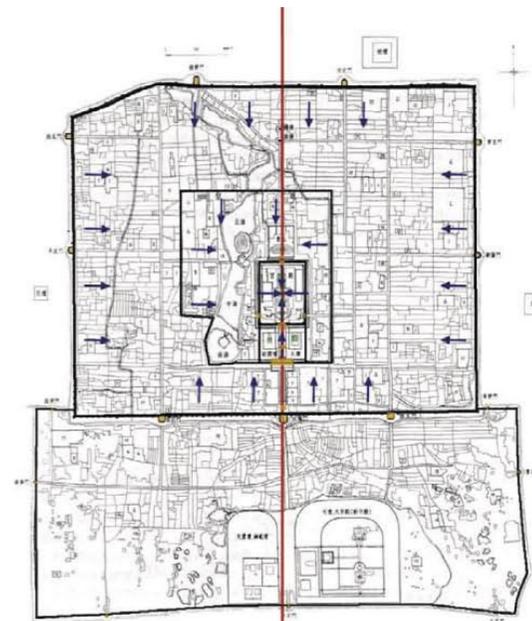


攝大三宮巷京北

PALAIS
cour du palais impérial de la Cité interdite

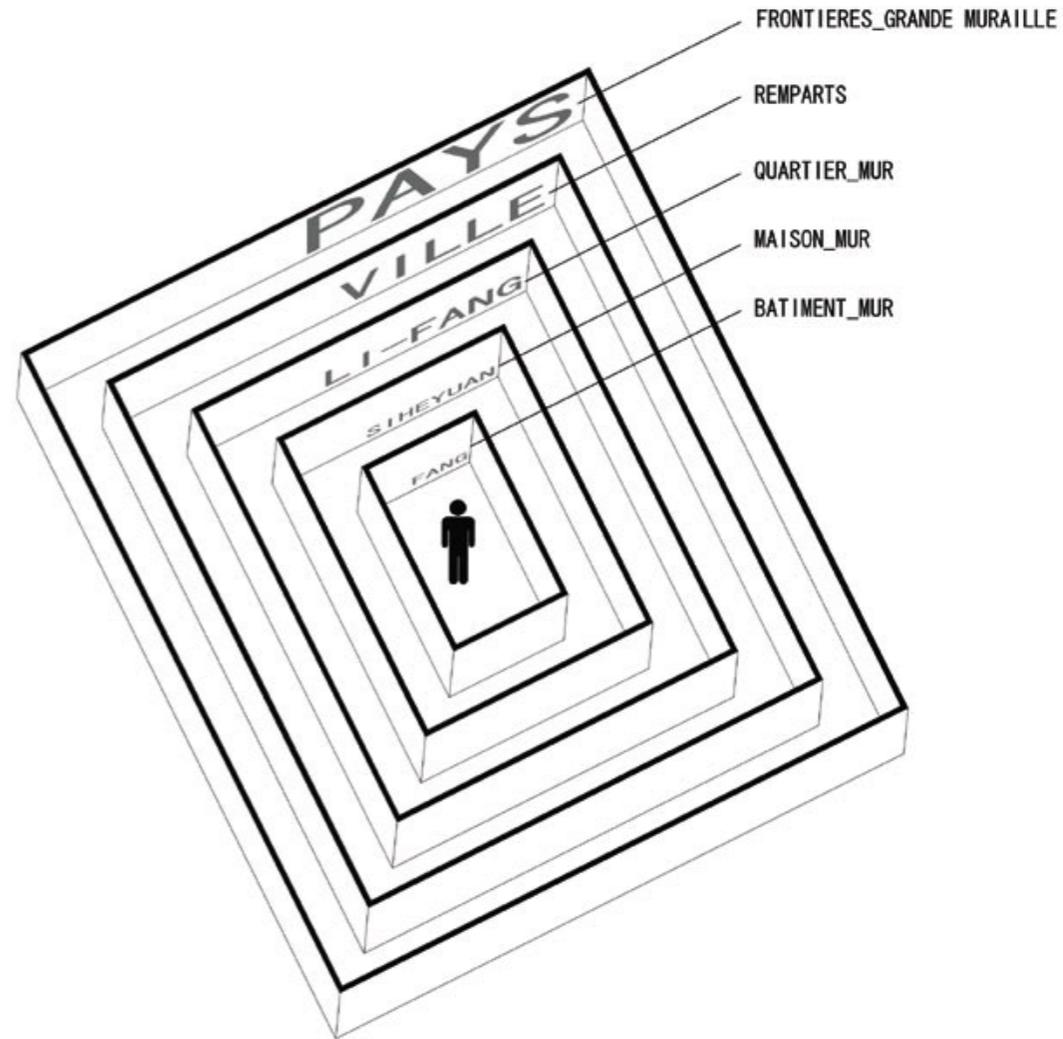
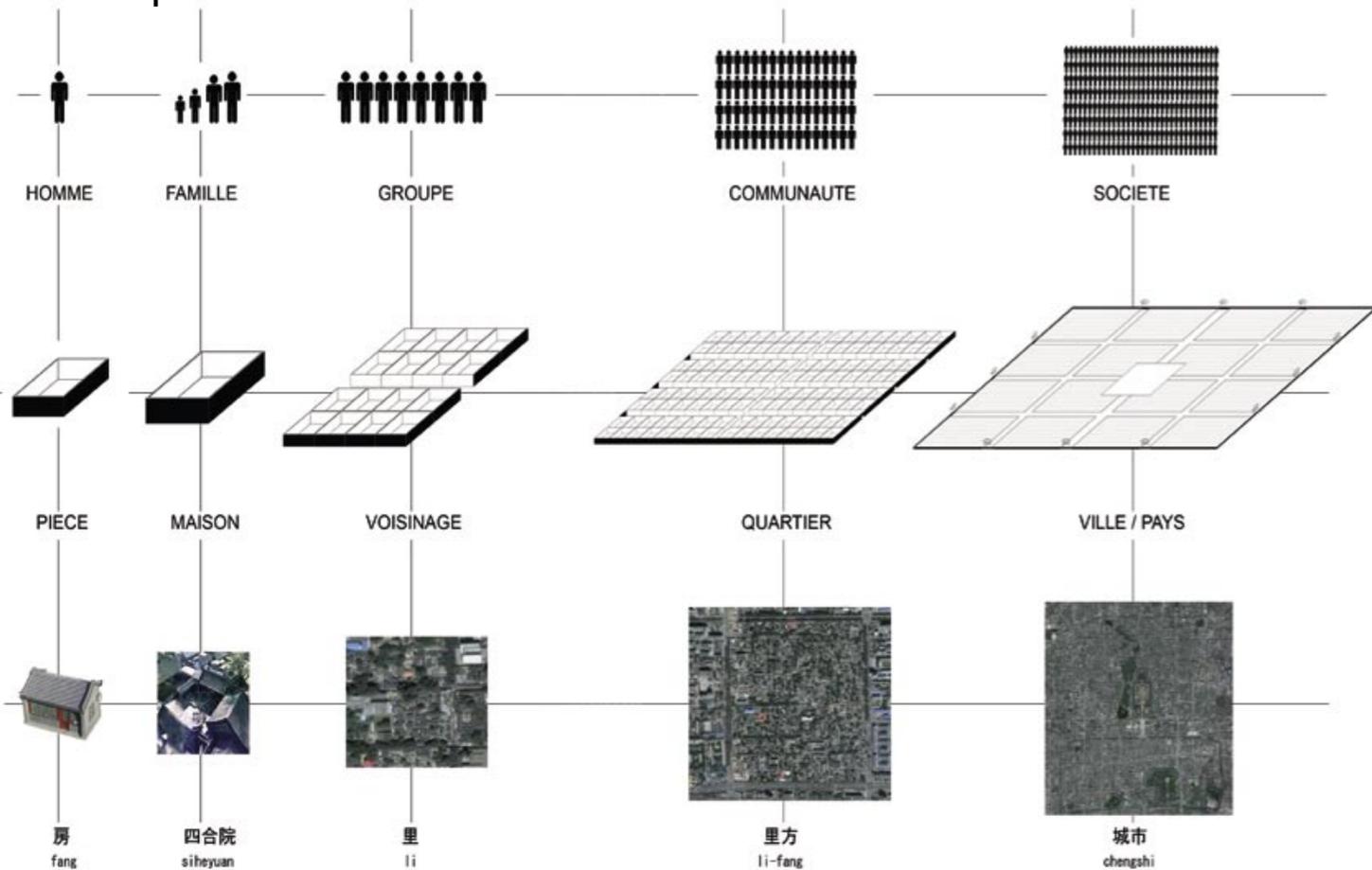


TEMPLE BOUDDHISTE
Yong He Gong



VILLE
Plan de Pékin

Poupées russes







Transformer la Chine en une nation socialiste industrialisée prospère, riche et puissante, sous la direction du parti communiste et du président Mao 1954

Communi-cité

En 1911, au vu du retard, l'évolution graduelle est impossible. La Chine est un pays de **grands bonds en avant**, l'empereur Pu Yi tombe, contraint à l'exil. Avec lui, un système de valeurs féodales s'écroule dans l'élan moderniste du XXe siècle. La période de troubles qui s'en suit ouvre la porte à la colonisation, aux guerres de pouvoirs et à la complexité de définir une **identité fédératrice chinoise et résolument moderne**. L'incursion étrangère atteint son paroxysme durant les horreurs de la guerre sino-japonaise qui laissent derrière elles un pays disloqué en pleine guerre civile (nationalistes du Guomindang vs communistes). Le conflit idéologique bipolaire souligne les interrogations fondamentales sur l'évolution future de la société chinoise et la conception de l'homme moderne.

L'Armée Rouge *libère* le pays et triomphe à Pékin le 1^{er} octobre 1949 lorsque, sur la place Tian An Men, Mao Zedong déclare la République **Populaire**



coll. SRL

中国人民解放军是毛泽东思想大学校

L'armée de libération Populaire Chinoise est la grande école de la pensée de Mao Zedong, 1969

de Chine. Les racines de la révolution communiste et de l'optimisme chinois quant aux idéaux marxistes sont trop souvent résumées à l'importation de la philosophie et du modèle soviétique. Bien que les institutions et le nouveau système social et politique aient été quasiment directement copiés sur ceux de l'URSS, la pensée

égalitaire et le **communautarisme** chinois semblent prendre racines dans la société traditionnelle et les pensées philosophiques indigènes. La continuité historique et culturelle qui s'oppose au principe de révolution moderne communiste a d'ailleurs été très vite un terrain de discordance et d'ambiguïté au sein même du parti. Mao va très vite clarifier les choses :

« Nous ne sommes pas seulement bons à démolir le vieux monde, mais aussi à construire le nouveau. »

.Mao, 1949

Le **tabula rasa** s'imposait donc comme une condition nécessaire à la formation de la nouvelle identité *rouge* chinoise. La conscience d'un contexte culturel et social chinois unique poussa rapidement à l'isolement du pays (rupture avec le modèle soviétique). Mao souligna en effet très précocement la spécificité de

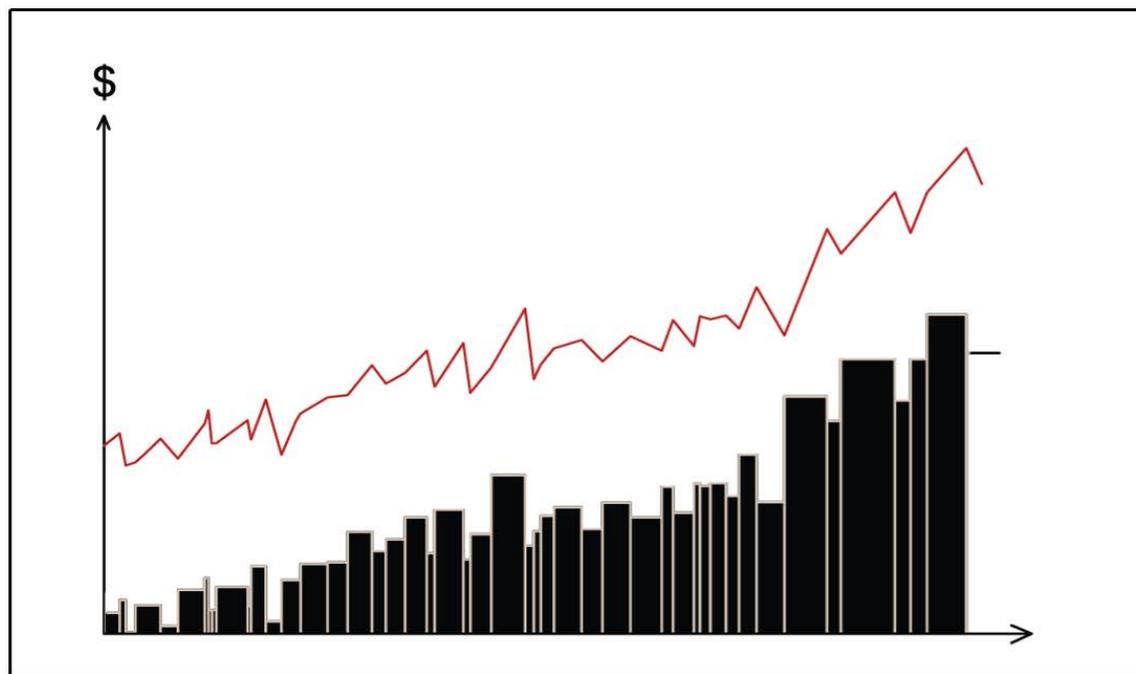
la culture populaire chinoise qu'il ne voulait en aucun cas sacrifier aveuglement aux préceptes étrangers.

Le « **Marxisme à caractéristiques chinoises** », comme il le désigna, allaient impliquer des stratégies politiques et des utopies très différentes de celles pratiquées en URSS. L'objectif étant de transformer l'homme et la société, les villes, à la fois locus de la révolution et mesures des progrès, devinrent les laboratoires idéologiques du régime. L'obsession industrielle et la figure emblématique de l'ouvrier, symbole du prolétariat, exigeaient tout d'abord la transformation des «villes de consommation» en «villes de production»

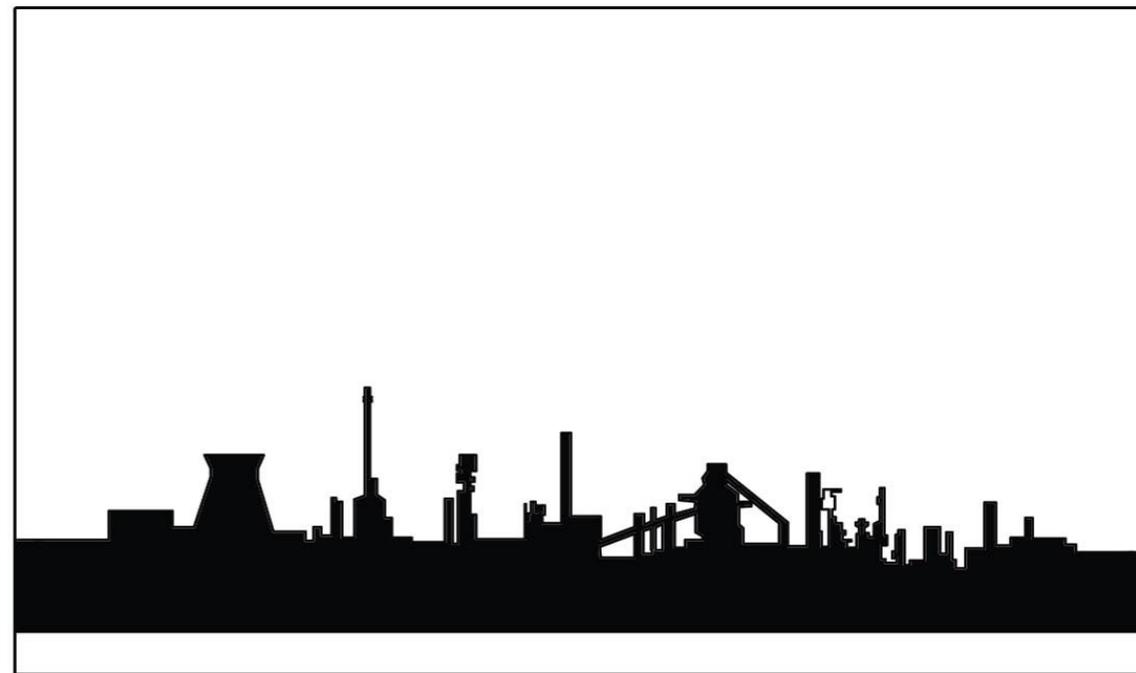
« D'ici nous verrons une forêt de cheminées ! »

Mao_ Porte Tian An Men

La fascination communiste pour le futur semblait se traduire par des tentatives de fusion entre les visions utopiques et la réalité des villes industrielles modernes. Les représentations **hyperréalistes** qui accompagnaient la succession continue de campagnes idéologiques et de planification (plans quinquennaux) illustrent l'amalgame contrôlé entre



VILLE DE CONSOMMATION



VILLE DE PRODUCTION



Devenir plus propre de jour en jour



« D'ici nous verrons une forêt de cheminées »



我們為參加國家工業化建設而自豪

Nous sommes fiers de participer à l'industrialisation de la nation, 1954



多生產! 多捐獻!

Produire plus ! contribuer plus ! 1950

réalité et propagande, entre présent et «futur». Le phénomène de production exhorte la masse à travailler ensemble à la construction d'un futur meilleur, quitte à devoir sacrifier le présent. La propagande des affiches, textes, discours, manifestations, figurations édulcorées du présent glorifiant la grandeur de la nation et des idéaux avait plongé la nation entière dans l'hyper-optimisme. L'idéalisation des figures emblématiques du paysan révolutionnaire, du soldat, de l'ouvrier, du cadre du Parti, ou encore du président Mao lui-même mettait en place un monde quasi-fantasmagorique, un imaginaire voilant la réalité. L'identité de tout en chacun pouvait littéralement se calquer sur les **allégories de l'idéologie rouge**.

Le symbole du bolchevisme était l'ouvrier révolutionnaire (monde industriel, moderne et machiniste) ; l'icône du socialisme à « caractéristiques chinoises » prenait corps dans l'effigie du paysan populaire. Mao Zedong, lui-même fils de paysan, était radicalement anti-urbain et voyait dans la ville la représentation symbolique de l'ordre bourgeois et traditionaliste. Même si pendant ses premières années au pouvoir il se devait de faire des compromis en focalisant son attention sur les villes, il ne les considérait que

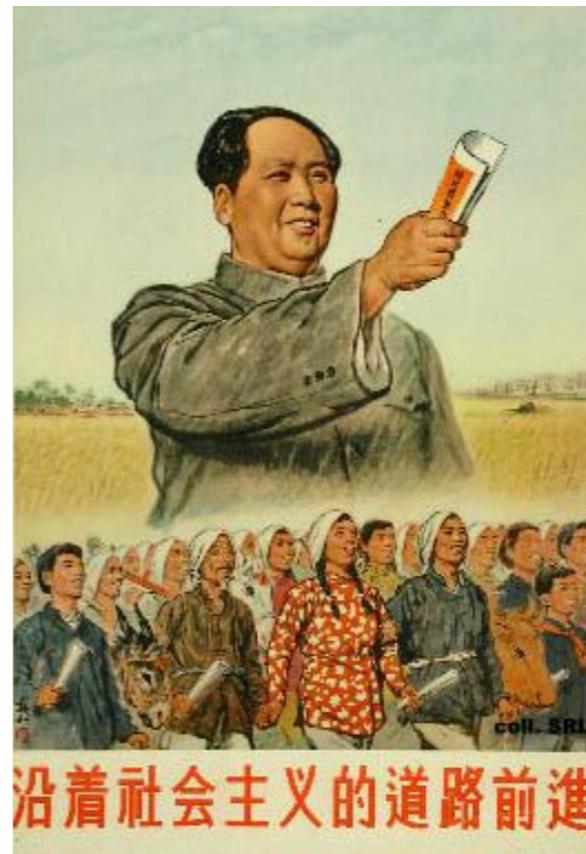


La nouvelle lutte commence ici

comme des moteurs économiques dont le régime avait besoin pour asseoir ses doctrines et son pouvoir central. La ville, d'abord symbole de modernité, sera par la suite de plus en plus dénigrée. Perçue comme un centre de production, un apport logistique aux campagnes qui devaient, selon Mao, être les espaces révolutionnaires par excellence, la ville était en crise. L'industrialisation, vitrine du changement, imposait la standardisation et la répétition comme manifeste anti-bourgeois et faisait perdre à l'architecture toute signification individuelle. L'esthétisation du nombre et l'indifférenciation comme modèle d'unitarisme concrétisaient la conception de la ville en tant que machine de production et de contrôle du citoyen communiste.

Grâce aux campagnes idéologiques, le **rapport de force entre ville et campagne** se meut rapidement en une confrontation entre la classe urbaine, dite bourgeoise, et classe paysanne, dite révolutionnaire et en évident surnombre. L'abolition de la domination urbaine se matérialisa dans un premier temps par la délocalisation des industries, symboles de modernisation, dans les territoires ruraux. L'idée était que les campagnes deviennent des lieux modernes industriels qui, à travers leur nouvelle autonomie par rapport aux villes, seraient garants de nouveaux modes





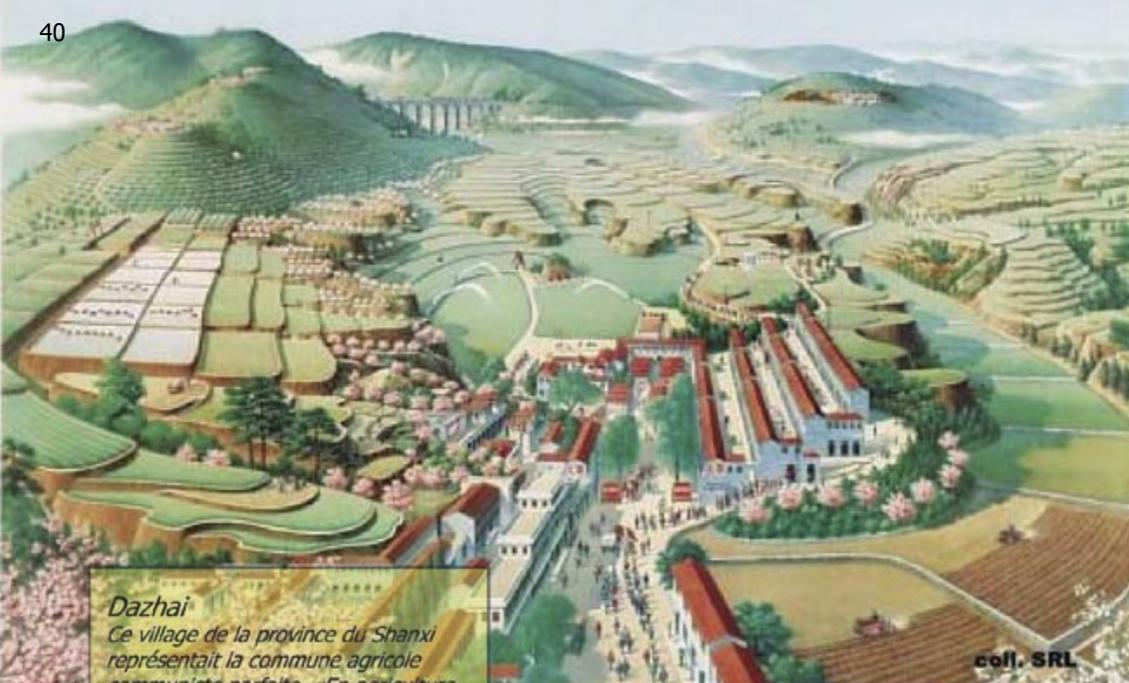
d'habiter et de penser le territoire.

Le Grand Bond en Avant démarré en 1958 embarqua les campagnes dans une production frénétique de fer. Des milliers de micro fonderies s'installèrent, comme une nappe industrielle (urbaine ?) sur tout le territoire, dans les arrières cours de villages, dans les champs, dans les granges. L'urbanisation des campagnes impliquait la désurbanisation des villes et la création de paysages continus de ville-village, de ruralité moderne où la différence ville/campagne devenait inexistante. Etait-ce la fin de l'urbanisme, l'anti-urbanisme ou l'urbanisme total ?

« Puisque la Grande Unité impliquait la fusion entre industrie, agriculture, commerce, culture, éducation, et défense, elle engendrait un urbanisme qui ne reconnaissait pas la différence entre urbain et rural. »

.Ma Qingyun

Des concepts similaires s'étaient développés un peu plus tôt en occident mais n'avait jamais pu être mis en pratique et surtout pas à une telle échelle.



Dazhai
 Ce village de la province du Shanxi représentait la commune agricole communiste parfaite. «En agriculture, apprenez de Dazhai» (Mao Zedong). Le modèle agricole utopique, reléguée par la propagande, des documentaires diffusés partout en Chine, les journaux, fut visité par des milliers de paysans pour qu'ils s'inspirent et en copient le fonctionnement, la réussite, la persévérance, les infrastructures, la motivation.

coll. SRL

当代愚公绘新图 当代愚公绘新图



Nouvelles images de Yugong, La persévérance peut faire déplacer des montagnes

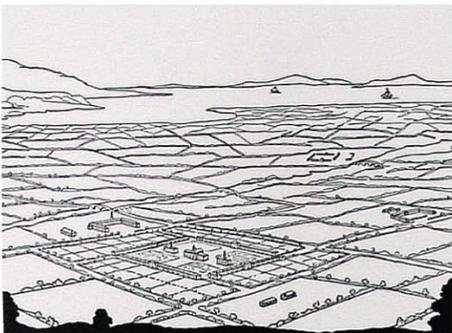


Travaillons de façon acharnée, assidue et énergique pour reconstruire en trois ans notre village sur le modèle de Dazhai



Mao et Chen Yonggui à Dazhai

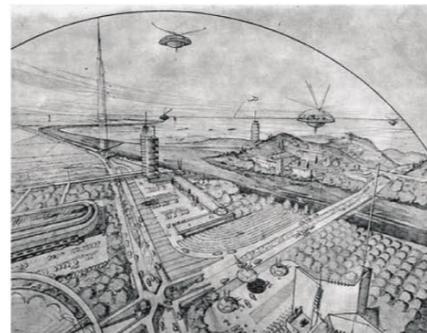
UTOPIES ET PROJETS D'URBANISME TOTAL, VILLE / CAMPAGNE



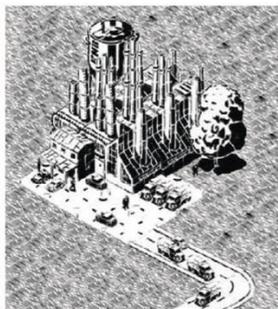
Communauté Owenite_ Owen



Garden city _ Howard Ebenezer



Broadacre city _ F. Loyd Wright



m-factory _ Mariusz Waras



Ville radieuse_ Le Corbusier

La rectification des modes de penser l'espace et la société s'opposait radicalement aux visions féodales du système dynastique qui définissaient très clairement la limite entre ville et campagne et l'allégeance de cette dernière à l'ordre urbain. La Révolution Culturelle (1966-72) devait, une fois pour toute, effacer les traces de la domination passée du monde urbain :

*« A l'apogée des campagnes idéologiques de Mao Zedong, la Révolution Culturelle acheva la désurbanisation de la Chine. Ceci fût accompli sous le slogan « **La destruction pour***

***la construction** » : des millions de gens furent 'ruralisés', ou envoyés à la campagne ; la population des villes stagne ou baisse ; les activités des villes furent complètement arrêtées, incluant la fermeture des universités et la destruction des ambassades étrangères. [...] Mao Zedong finalement réussit « l'industrialisation sans urbanisation. »*

.Mihai Craciun

Cette antithèse aux concepts modernes de ville développés en occident s'accompagna de l'éradication

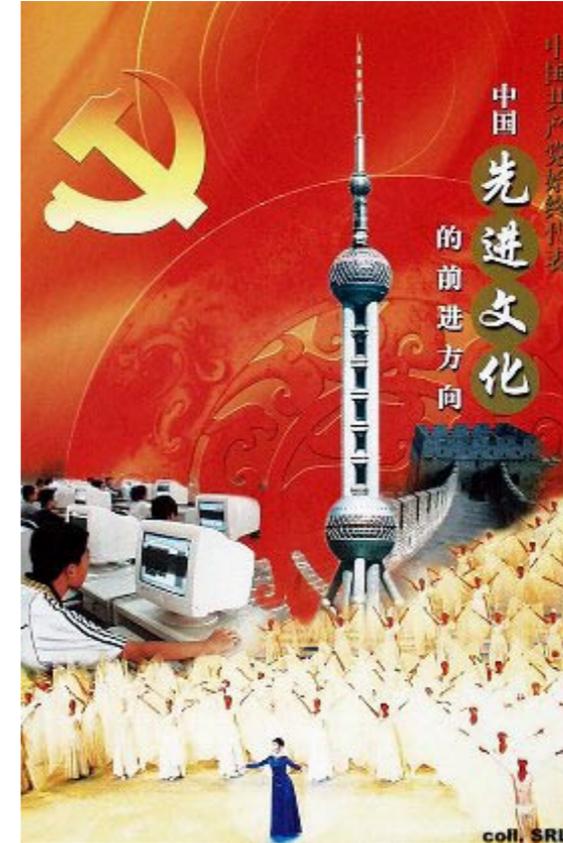
de ceux mis en place par les valeurs traditionnelles. La campagne Anti-Confucéenne (1973-75) s'attaqua au symbolisme contenu dans les hiérarchies de la ville impériale et à travers cela à l'identité passée de l'homme chinois civilisé. Bien que beaucoup de préceptes confucéens auraient pu trouver écho dans la formation du système communiste (relation individu/groupe, éducation idéologique des masses,...), l'autoritarisme prit le pas sur la vision horizontale de la société. **L'homme domine la nature, le système domine les masses.**

Le Grand Bond en Avant a été un énorme gaspillage de biens et d'énergie qui, accompagné d'une sécheresse terrible, fit 13 millions de morts. Les campagnes de répression et le dictat communiste (Révolution Culturelle, campagne des Trois Loyautés, campagne de la Ligne d'Éducation,...), ayant banni toute expression individuelle critique, avait muselé toute l'intelligentsia ; ignorance et empathie créative avait définitivement fermé la porte à toute possibilité d'évolution. Le radicalisme de la propagande idéologique et la mythologie communiste s'assèchent à la mort du Grand Timonier, laissant derrière elle un un pays et un parti communiste en crise.



Campagnes de critique de Deng Xiaoping, Lin Biao et Confucius





Le parti communiste Chinois représente pleinement l'orientation progressiste de la culture progressive chinoise. 2002

Hybridi-cité

Les débats entre radicaux et réformateurs refont surface. C'est le temps des **réformes**. Il est encore trop tôt pour remettre en question les erreurs du passé sans fragiliser l'idéologie rouge mais la situation d'urgence dans laquelle la Chine se trouve appelle à l'introspection et au pragmatisme. En 1978, deux ans après la mort de Mao, Deng Xiaoping parvient à s'installer au pouvoir de façon durable et à mettre en place sa politique d'ouverture et de compromis.

« *La pratique est l'unique critère de vérité* », article qu'il publie le 11 mai 1978, se détache des visions hyper-optimistes utopiques qui avaient engagé le pays dans une impasse. Il y trace les nouvelles orientations et le leitmotiv de la nouvelle ligne de conduite du Parti. Le changement idéologique initié par Deng n'est absolument pas synonyme d'abandon des idéaux *rouges* mais bel et bien le retour au **réalisme** dans la gestion du pays. Décrite plus tard comme la politique *infrarouge*, la stratégie première est la séparation entre système économique et « superstructure



Deng Xiaoping _ Shenzhen 2006

idéologique » ; l'acceptation de la possible coexistence entre loyauté aux idéaux et réalisme économique. Il n'est plus question de planifier l'égalité mais d'offrir l'égalité des opportunités. En d'autres termes un retour à une logique du marché devait permettre au peuple d'entreprendre et de participer au progrès national. L'instauration de l'économie de marché socialiste et de la politique de la « porte ouverte » réinstalle un climat de libre échange, libre circulation des capitaux et libre entreprise, censé redynamiser et moderniser le pays. « Il est glorieux de s'enrichir ! ». Sachant très bien l'effet d'une telle déclaration, Deng voulait réactiver les initiatives personnelles qui allaient rendre possible la construction d'une Chine moderne et active sur le plan international.

La transformation des villes et la planification urbaine redevenait le point focal de la modernisation et du progrès. Elle devait non seulement accompagner les changements idéologiques mais se devait d'en être les manifestes. Les zones économiques spéciales créées en 1980 (ex : Shenzhen, aujourd'hui encore la ville au développement le plus rapide au monde) étaient proclamées laboratoires urbains du nouveau paradigme hybride. Elles offraient des terrains

fertilisables ouverts aux capitaux et aux modèles étrangers et devinrent très rapidement des eldorados économiques, vitrines du dynamisme et du potentiel chinois. En vingt cinq ans seulement, Shenzhen est passé de 30 000 à 11 millions d'habitants d'une moyenne de 27 ans, 900 tours et gratte-ciels rivalisent aujourd'hui avec leurs voisins Hongkongais.

« La ZONE © impose des limites mais pas de contenu spatial. En tant que terme vague, ZONE © est préféré à « ville » par le Parti Communiste Chinois parce que conceptuellement vierge. Une ZONE © est ouverte aux impuretés de manipulation idéologique. ».

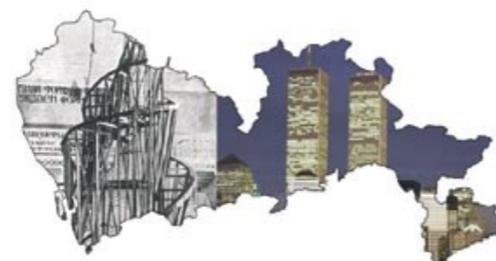
.Mihai Craciun

La zone propose un nouveau modèle urbain représentatif de l'identité chinoise hybride ; une nouvelle iconographie urbaine de métropole effervescente, flexible et ouverte sur le monde où tout est permis.

Ces vingt cinq dernières années de mutations, conditionnées sous le slogan « Un pays, deux systèmes », sont placées sous le signe de l'exponentiel. L'accélération continue instaure une société en mouvement constant, un contexte



ZONE Hybride _ Shenzhen



instable en perpétuelle redéfinition et construction. Le nouveau *rêve chinois* bouleverse les valeurs sociales et pousse l'individualisme à son paroxysme et semblent totalement désintéressés des contrastes humains grandissants. L'identité politique est dictée par le Parti et les politiciens sans grande remise en question et sans que cela ne fasse vaciller un ancrage national ultra puissant. Les identités individuelles sont, elles, exacerbées par le libéralisme économique, la course à la réussite, l'acquisition d'un confort personnel, la quête du bonheur matérialiste, ... L'argent, le luxe et un modèle occidental réinterprété, s'imposent comme nouveaux objectifs de la masse. Dans la nouvelle élite et classe moyenne, **c'est chacun pour soi !** La conscience sociale se résume désormais à « mieux je me porte, plus j'aide mon pays ». L'esprit de groupe et d'entraide est encore très fort dans la majorité populaire qui ne fait pas parti des quelques élus parvenus au profit mais pour combien de temps encore ?

La taille du pays et la complexité de la situation consolident pour l'instant la stabilité du système politique et de la gouvernance établie. Le chaos et l'ordre s'inter-nourrissent. La ville, elle-même, se constitue par une combinaison d'**informalité** et de

formalité stimulant et fluidifiant la planification de l'espace qui se veut rigoureuse et scientifique.

« Planifier, construire et gérer la ville de façon scientifique, rationnelle et hautement efficace. »

Extrait de texte du musée de l'urbanisme de Pékin

« Un pays, deux systèmes » se transforme en « Un pays, x vitesses », « Un pays, x identités », « **Un pays, x réalités** ». Les écarts sociaux s'accroissent de façon inquiétante, les modes de vies dérivent les uns des autres. Le développement se focalisant sur les villes en expansion permanente, la campagne est sacrifiée comme un phénomène périphérique, inessentiel, malgré qu'elle compose aujourd'hui encore 80% de la population. Même si ce choix leur impose la clandestinité, l'écart ville campagne croissant pousse des millions de paysans à quitter leurs villages pour aller chercher travail et argent dans les centres urbains où une immense main d'œuvre est demandée. Le système actuel de registration locale, *hukou*, donnant droit au logement, aux soins, à l'éducation et bien d'autres services sociaux, a été mis en place sous le régime Maoïste pour empêcher l'exode rural et la libre circulation des personnes à une époque



Un pays x réalités

où la population augmentait dangereusement. Si le *hukou* n'a pas encore été aboli à ce jour c'est que, si c'était le cas, le pays devrait faire face à l'exode rural le plus massif jamais vu au monde. Aujourd'hui donc, si un villageois veut partir en ville, il doit demander aux autorités locales un permis qu'il est très compliqué d'avoir, voire impossible sans raison valable ou sans relations placées dans l'administration. La situation urgente des siens ne peut attendre, il part, clandestin dans son propre pays. Cette population, dite flottante, qui vit quasiment dans le non droit, inonde les villes d'une force ouvrière bon marché et malléable qui construit les vitrines métropolitaines et permet à la Chine de « rattraper son retard » à un rythme effréné.

Le développement qui continue aujourd'hui à se focaliser sur « rattraper le retard » et l'ampleur de la tâche, tendent à diriger la Chine sur la route d'un progrès standardisé. Non seulement les modèles de modernité étrangers sont copiés sans sens critique mais en plus La Chine en a une faim gargantuesque : « la même chose mais en mieux, en plus grand et en plus chinois ! ».

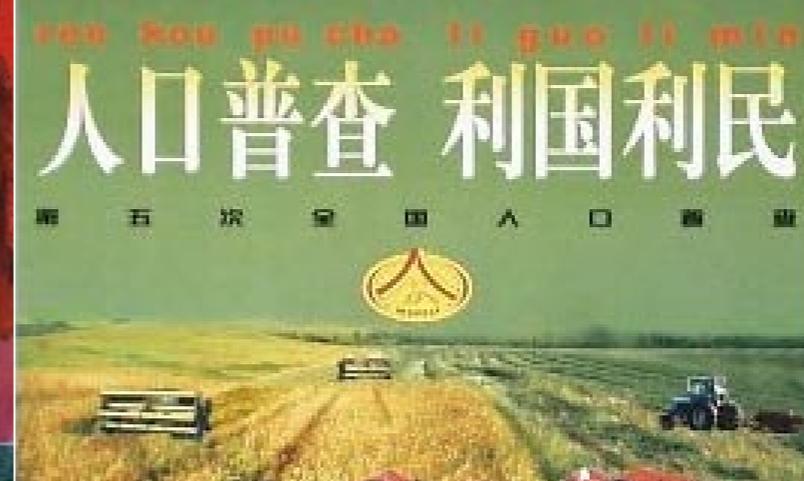
« L'urbanisation chinoise n'est pas authentiquement internationale, mais est, au lieu de cela, construite sur des fondations imaginaires (un processus constant de mauvaises interprétations et de méprises, manquant de preuve rationnelle et sans investigation et recherches pratiques). »

Huang Du

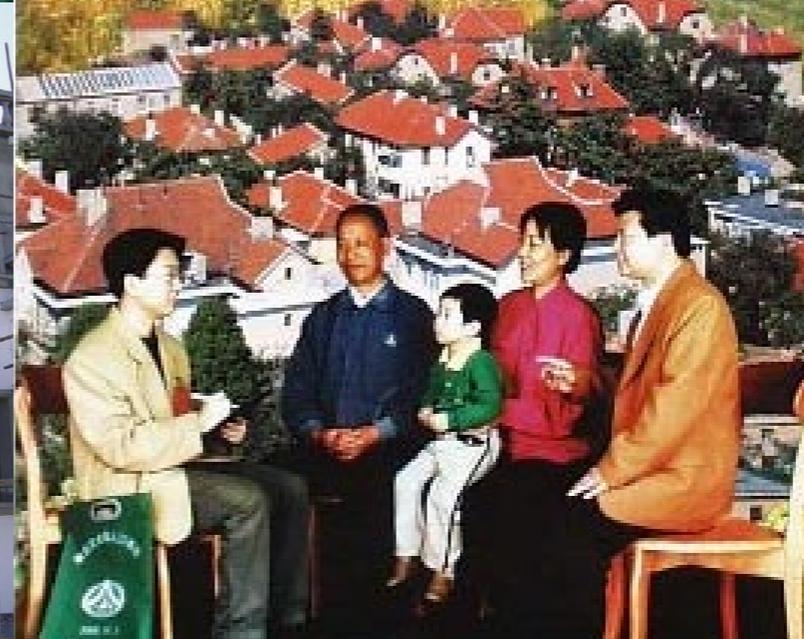
Le rapport local/global floué dans la frénésie consumériste engendre un paysage urbain mixte, contrasté à l'extrême. Certaines valeurs occidentales importées comme le luxe et l'aisance par exemple rendent ambiguë la notion même de modernité. La copie d'une villa palladienne en périphérie de Pékin représente étrangement richesse du propriétaire et innovation moderne. Fantaisie et réalité se confondent en un paysage aux contrastes exacerbés. Ce patchwork contemporain et le règne de l'apparence et de la nouveauté déstabilisent radicalement les bases du pays et le pousse au retour sur soi. La Chine est lucide, elle sait qu'elle possède le potentiel de proposer une alternative ; il lui faut encore la définir.

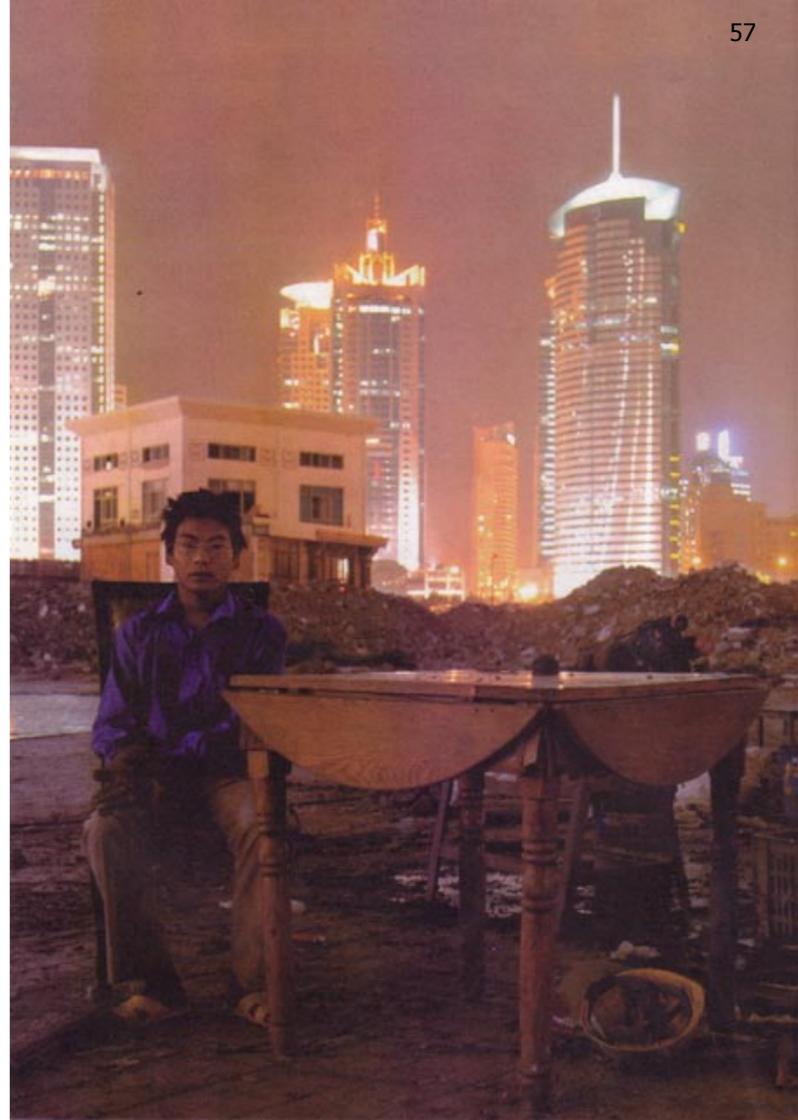


Longue vie à la République Populaire de Chine, 1979



MODERNITE ???







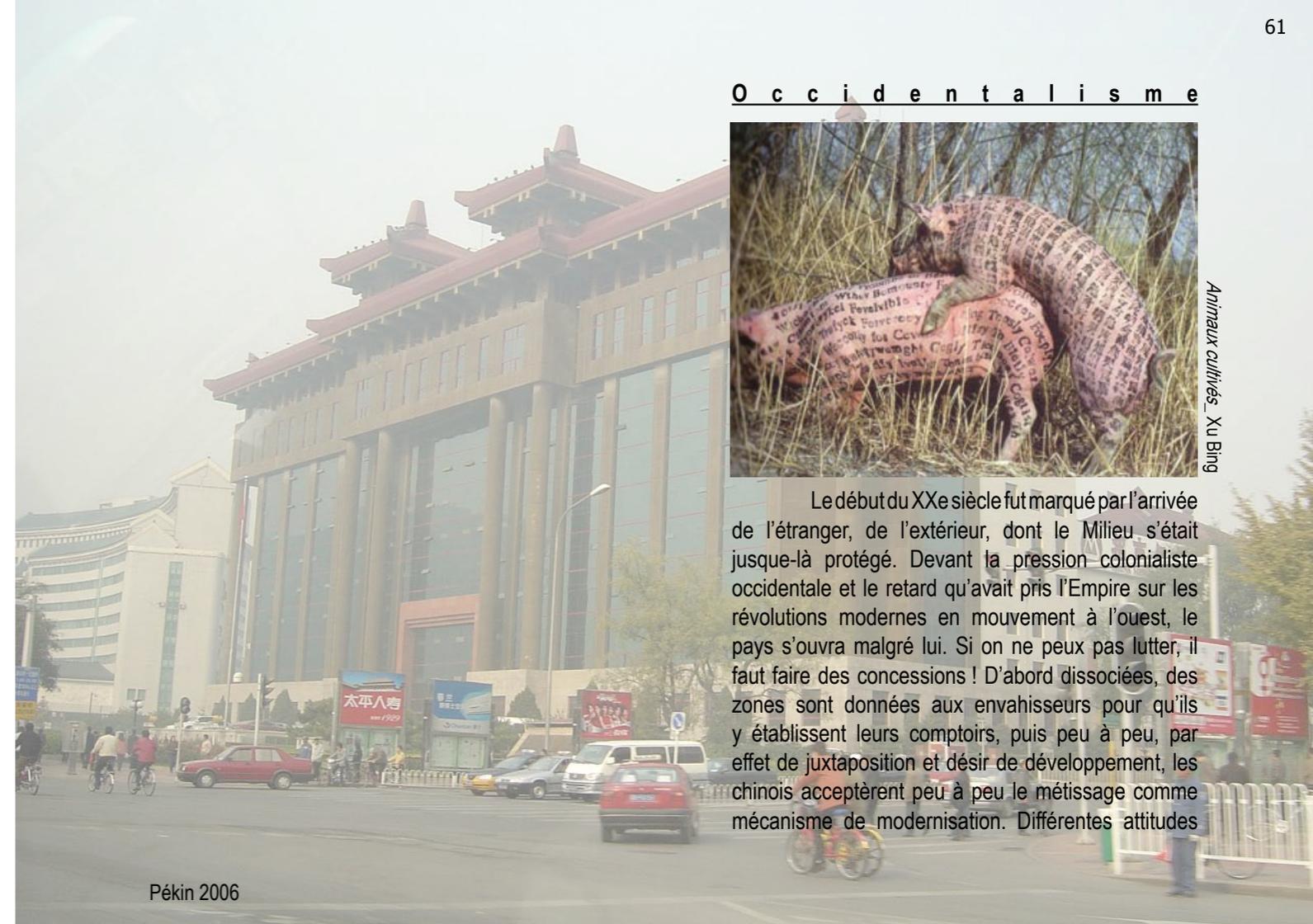
INFLUX(ences)

O c c i d e n t a l i s m e



Animaux cultivés - Xu Bing

Le début du XXe siècle fut marqué par l'arrivée de l'étranger, de l'extérieur, dont le Milieu s'était jusque-là protégé. Devant la pression colonialiste occidentale et le retard qu'avait pris l'Empire sur les révolutions modernes en mouvement à l'ouest, le pays s'ouvra malgré lui. Si on ne peut pas lutter, il faut faire des concessions ! D'abord dissociées, des zones sont données aux envahisseurs pour qu'ils y établissent leurs comptoirs, puis peu à peu, par effet de juxtaposition et désir de développement, les chinois acceptèrent peu à peu le métissage comme mécanisme de modernisation. Différentes attitudes



Pékin 2006

apparent : l'acceptation totale du modèle occidental (colonialisme), le bâtiment chinois additionné de fragments occidentaux (principalement technique), des fragments cette fois-ci chinois ajoutés aux bâti occidental (principalement décoratifs) et enfin, pour d'autres, la possibilité de comparaison qui encourage l'étude profonde et quasi-archéologique de la tradition

chinoise. L'architecture croisée qui apparue alors était synonyme de réinvention, tant pour les chinois qui découvraient de nouvelles techniques et références esthétiques, que pour les européens qui pouvaient expérimenter dans un laboratoire grandeur nature. Des villes comme Shanghai ou Canton, devenaient les nouvelles icônes du pluralisme, de la rencontre des styles, des formes, des conceptions spatiales, un collage entre orient et occident.

Pourtant, il faut garder à l'esprit que cet occidentalisme, prétentieusement civilisateur, était avant tout oppresseur et impérialiste, il voulait s'imposer et non échanger. Aujourd'hui, à l'heure de la globalisation et de l'économie de marché, on peut se demander si c'est toujours le cas. Le modèle occidental s'impose-t-il parce qu'il représente un potentiel avenir alternatif chinois ou parce que



Université des sciences St John
Shanghai_ 1920



Colonialisme ? Palmer et Turner, Le Bund Shanghai_ 1923



Shanghai



Chine ?

France ?

Exotisme ?

le système mondial le décrète **standard de développement et progrès unique** ? Ce qui est sûr, c'est qu'en Chine, il séduit. Les transferts d'idéaux et la confusion prescrivent la consommation, le confort individuel, la réussite sociale (résumé à bien « gagner sa vie »), et bousculent le monde chinois et ses jugements. La villa entourée du jardin et de la BMW sont symboles de réussite, d'intégration et d'appartenance au système global. Le développement des villes prend exemple sur celui des métropoles modernes de l'ouest (principalement américaines) et la privatisation à tous va empêcher tout déploiement de sens critique sur ces modèles. En occident, la mode asiatique est en vogue dans les magazines de décoration intérieure, en Chine les architectures occidentalissantes se propagent à vitesse grand V. Est-il question d'exotisme ? L'architecture « western style » contemporaine est partout, en est-on revenu au style international, aux dogmes modernes ? Les tours de verre foisonnent et côtoient les gated communities contractant golfs, tennis et piazzas à l'italienne surmontée de fontaines et de sculptures de David. Beaucoup de chinois sont conscients de l'incohérence de tels procédés mais sont soit impuissants face à la frénésie générale soit dans l'impossibilité réelle de ralentir. **On prend tous et on mélange !**

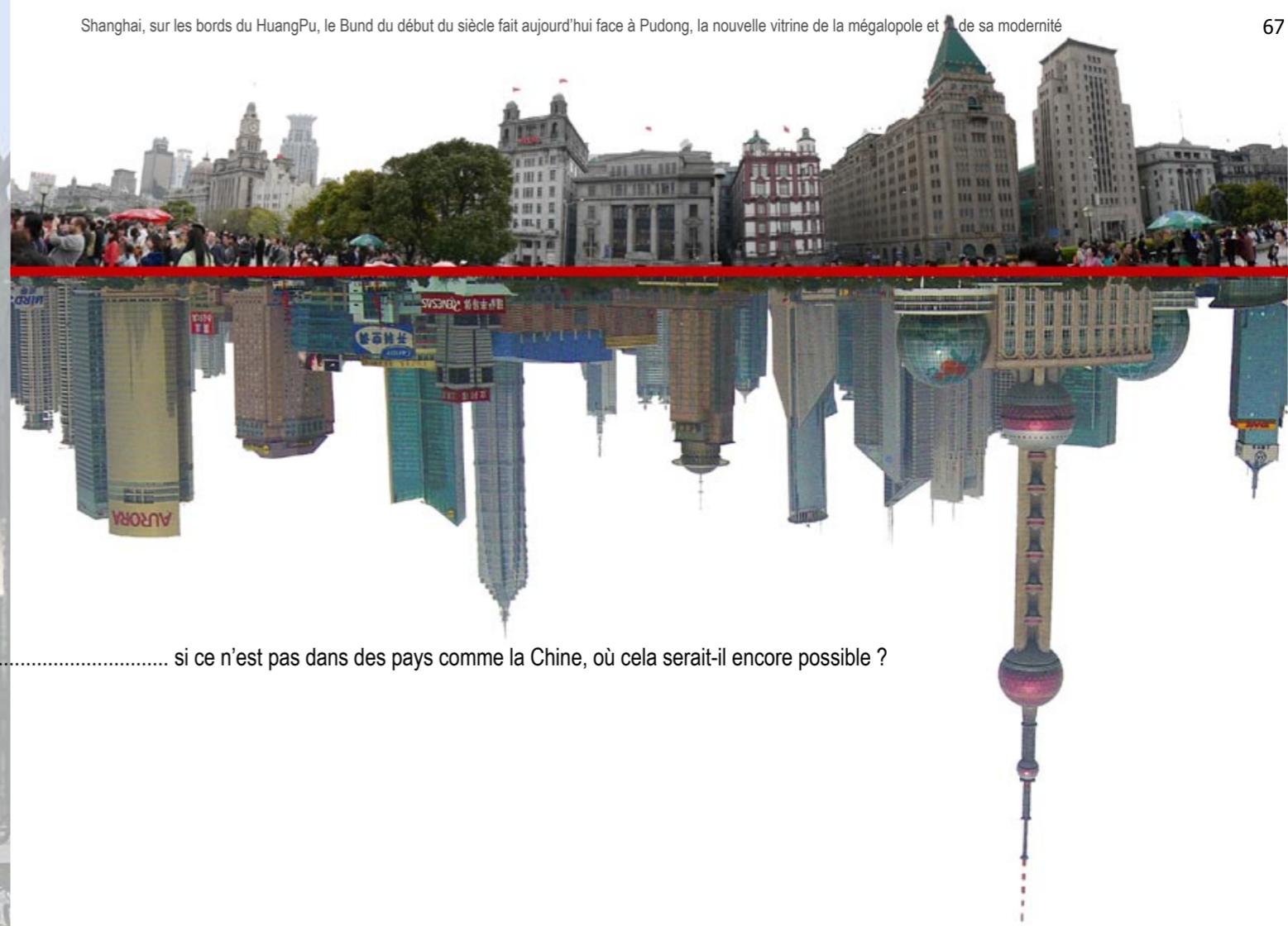


Entrée d'une *bieshu qu* (gated community de luxe) au nord de Pékin

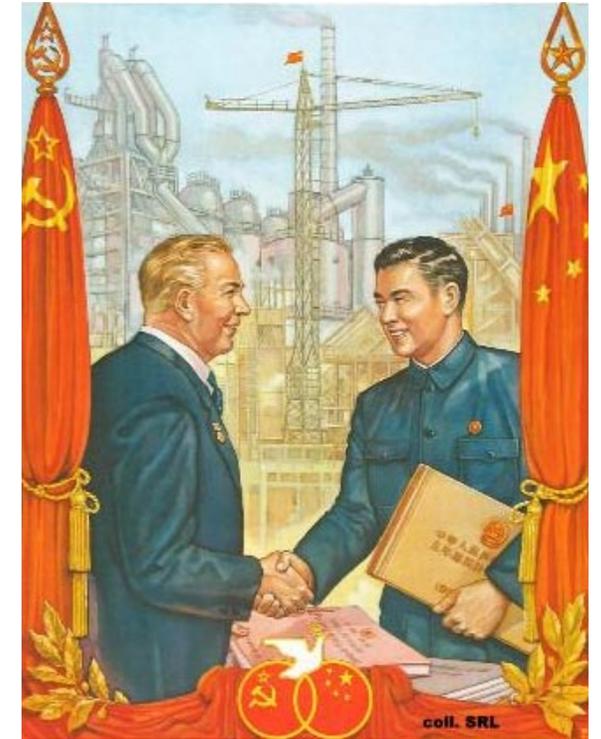


La synthèse Orient / Occident se fait dans le mouvement et produit une richesse unique née de juxtapositions et de confrontations. Des disparités extrêmes s'entrechoquent sans complexes et font du paysage chinois contemporain une expérience espace-temps unique. La notion d'occidentalisme devient elle-même obsolète dans un territoire mondial constitué par négociations et coopérations. Les grandes questions d'avenir qui sont à l'œuvre en Chine trouveront plus facilement de réponses qu'occident et orient y travailleront ensemble. Le développement de la Chine ébauche un potentiel commun de réinvention et d'attitudes dynamiques, manifestement tout aussi nécessaire à un modèle occidental en crise et en pleine autocritique, qu'à une nation en gestation.

Lorsque l'échange deviendra véritablement actif, des alternatives pourront réellement voir le jour si ce n'est pas dans des pays comme la Chine, où cela serait-il encore possible ?



S o v i é t i s m e



Le 1^{er} octobre 1949, le rouge s'impose et, avec l'appui conséquent de l'URSS, triomphe face aux nationalistes. Les soviétiques ont l'expérience qui manque à la toute jeune République Populaire

de Chine et constitue la nation phare de la doctrine communiste, le modèle à suivre. 11000 experts soviétiques sont accueillis en Chine et 37000 chinois envoyés en URSS pour y être enseignés, entraînés, et rougeoyés. Pendant dix ans, l'influence bolchevique permit entre autre à la Chine de fonder les bases de sa politique spatiale. Le territoire est nationalisé, la ville, les champs, l'habitat, deviennent des biens publics gérés et construit par l'Etat et un système décisionnel centralisé. L'industrialisation, priorité idéologique et moteur économique du modèle soviétique, a radicalement changé l'élaboration des espaces et de l'habitat chinois. La conception devient standardisée, la production des composants et la construction, systématisées. On purge le construit de toute frivolité bourgeoise, l'artisanat fait place aux techniciens, aux ouvriers et aux ingénieurs et l'art de construire est rationalisé, scientifié au maximum pour atteindre la rentabilité maximale. La volonté de créer un espace moderne égalitaire engendra la standardisation des modèles, l'homogénéité urbaine et l'indifférenciation architecturale.

La planification à grande échelle des quartiers de logements s'inspire rapidement des

Mise en place d'une unité salon préfabriquée, Moscou

modèles développés précédemment par l'URSS. Dans un premier temps, le « bloc périmètre » permet de produire un tissu urbain rationnel où espaces privés et espaces publics s'entrelacent. Les rues découpent des îlots, les bâtiments enserrant des places urbaines et des infrastructures. Bloc par bloc ou en réseau, ce modèle morcelle l'espace et la société en microgroupes autogérés par les cellules du parti communiste. Chaque bloc introverti définit un intérieur où la vie collective pouvait prendre place mais surtout un lieu où habitat et production pouvait être couplés sur le même site. Sur le modèle du microrayon ou du superbloc soviétique, les lieux de production (usines, ateliers,...) et l'habitat se confondait en une seule unité, le **Danwei**, et permettait à la ville industrielle d'être segmentée socialement, spatialement, économiquement et politiquement, en composants autonomes (habitation, production, école, hôpital, cellules du parti,...). Cette organisation en périphérie proposait de gros avantages pour la gestion des communautés mais posait néanmoins des problèmes de ventilation et d'exposition des habitations orientées est-ouest.

Le deuxième modèle était basé sur la **répétition** d'immeubles barres orientés nord-sud

Construction standardisée et industrialisée de blocs d'habitat urbains, Moscou



Microrayon ou bloc périmètre URSS



5





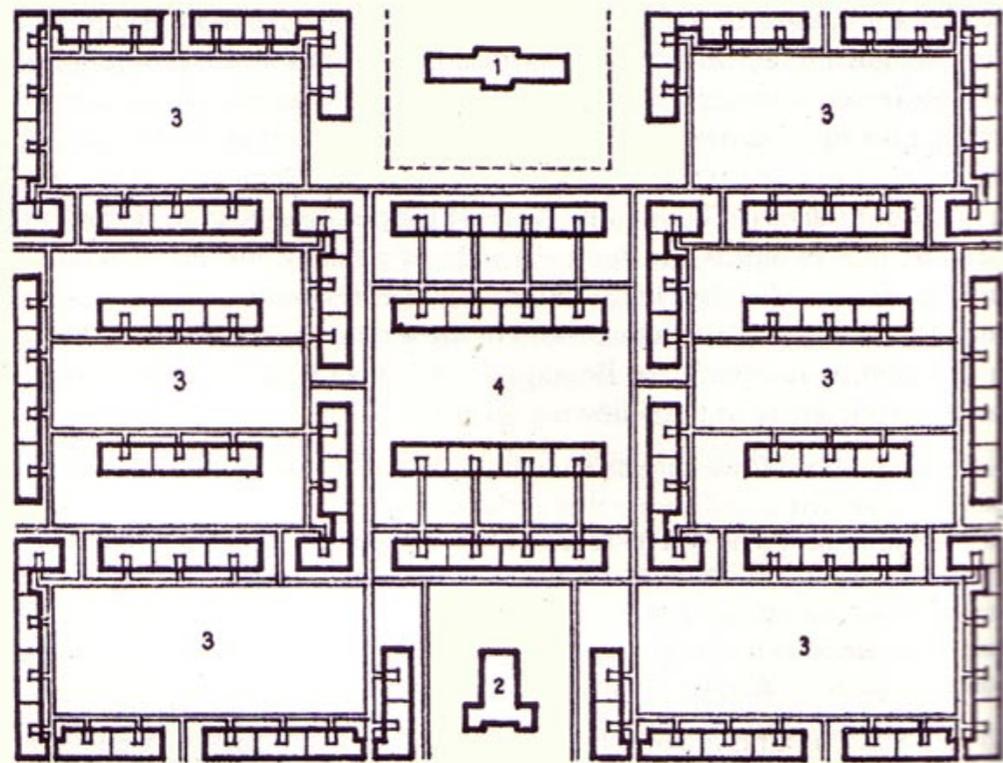
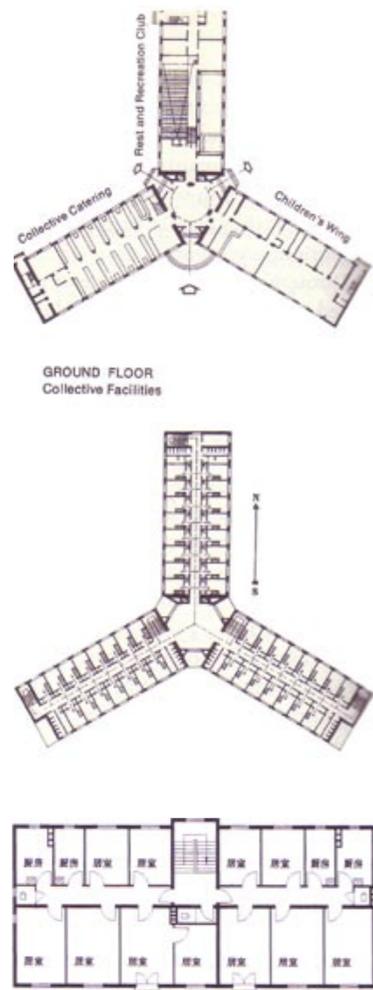
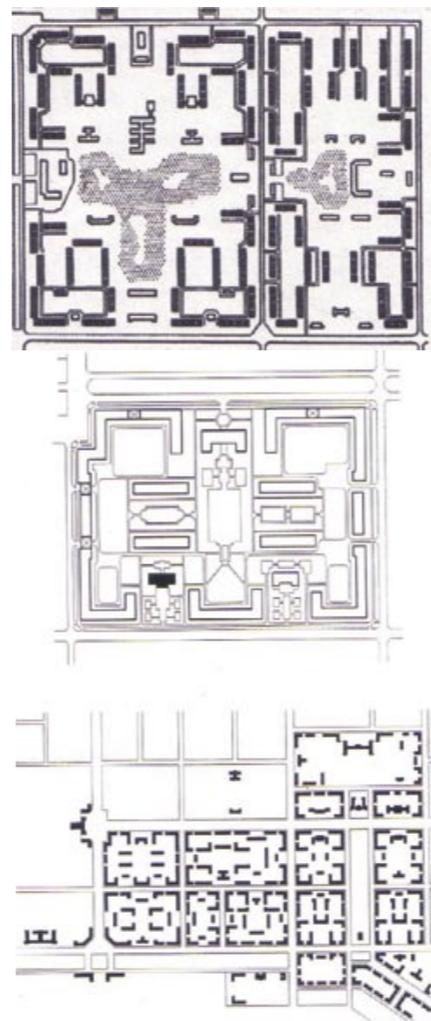


FIGURE 6.6. Plan for a residential compound.

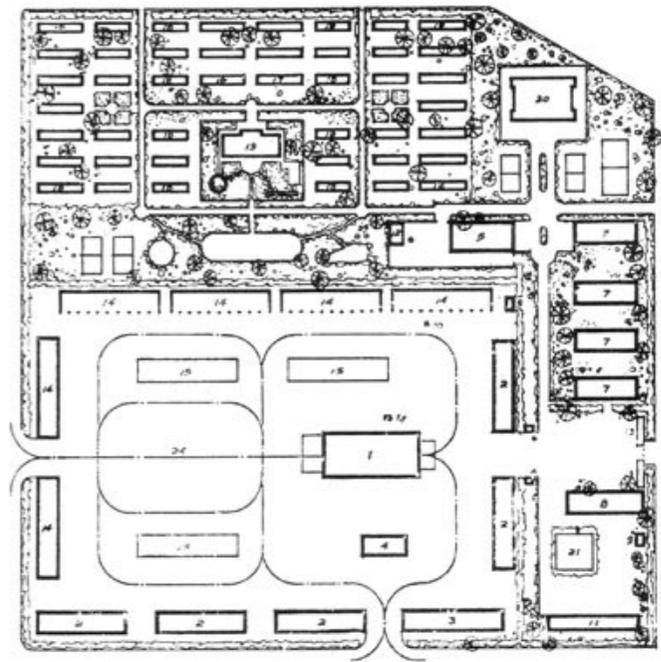
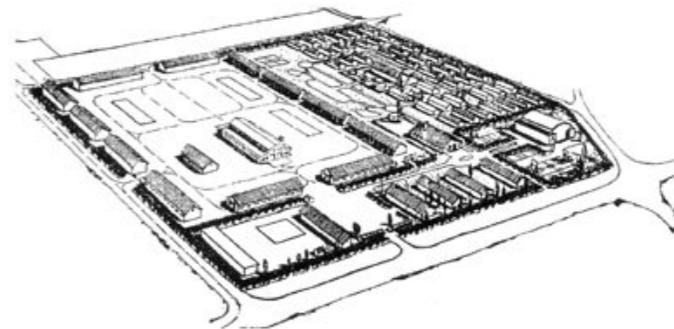
Legend: (1) kindergarten; (2) public bathhouse and laundry; (3) children's play areas, clothes drying, etc.; (4) sports ground.

Source: Ye Zugui and Ye Zhoudu, "On Further Explorations into the Design of Small-Scale Residences," *Journal of Architecture* 2 (1958): 35.



Plan d'un microdistrict soviétique

Danwei Changchun complexe automobile n°1, Pékin



Danwei, Station de réparation de tracteurs motorisés, Pékin



Chaoyangxincun, Shanghai

qui offrait non seulement un meilleur ensoleillement mais surtout un système plus en accord avec la conception passée de la ville chinoise et sa logique climatique. Le mur périphérique continu définissait l'unité urbaine Danwei tout aussi efficacement que le bloc périmètre et s'avéra plus familier à la culture chinoise (tradition du mur extérieur). La ville se composait donc de **micro-cités** juxtaposées les unes-aux-autres. Les mouvements de Danwei à Danwei, de murs en murs, étaient surveillés, contrôlés par les pouvoirs ou la population elle-même. Entourés de murs, les habitants y partageaient travail, espaces, vivres, énergies, sanitaires, loisirs, écoles, espaces civiques et idéologiques. La ville est un espace politique d'assujettissement communiste, ce mur, l'unité de production, la répétition de ces barres et le dépouillement fondamental de leur architecture en sont les icônes.

Pourtant, très vite, cette vision de l'environnement bâti sera remise en question par la nécessité de rendre l'idéologie rouge plus familière et assimilable par le peuple. La résurrection de fragments de style traditionnel à la fin des années 1950 signale la prise de conscience du parti communiste chinois du fait que l'importation brutale de modèles étrangers, si bons soient-ils, n'était pas cohérente



Musée militaire, Pékin

avec les particularités culturelles, climatiques et sociales du pays. C'est lors du dixième anniversaire de la révolution communiste, en 1959, que s'exprime la volonté d'un « **contenu socialiste** et d'une **forme nationale** » qui formule clairement la prise de recul sur la référence soviétique et annonce la rupture prochaine du lien entre les deux nations. Les dix grands projets, manifestes de la modernisation du pays, qui sont lancés à cette occasion dévoilent les incertitudes. Trois des dix projets étaient plus ou moins d'influence moderne, trois de style « néo-traditionnel » et trois autres de style néoclassique (réalisme socialiste). Le modèle soviétique s'illustra principalement dans la nouvelle composition de la place Tiananmen, l'espace politique central par excellence. La monumentalité de la place, qui rappelle celle du Kremlin à Moscou, est enserrée par le Musée de la Révolution Chinoise et de l'Histoire à l'est, et par la Grande Assemblée du Peuple à l'ouest. Ces deux édifices massifs (313x149m et 336x174m), hautement symboliques, sont de style néoclassique ; colonnades, portiques, corniches, entablements, vocabulaire décoratif, etc... Ils soulignent la noblesse du peuple et du pouvoir central tout en le projetant dans un imaginaire historique qui n'est pas celui

de la Chine. Les projets d'influence traditionnelle, comme la gare centrale de Pékin, présagent cet écartement progressif du Parti Communiste Chinois de son homologue soviétique. Les relations entre les deux nations devenant de plus en plus difficiles, le modèle cédera la place à la compétition.



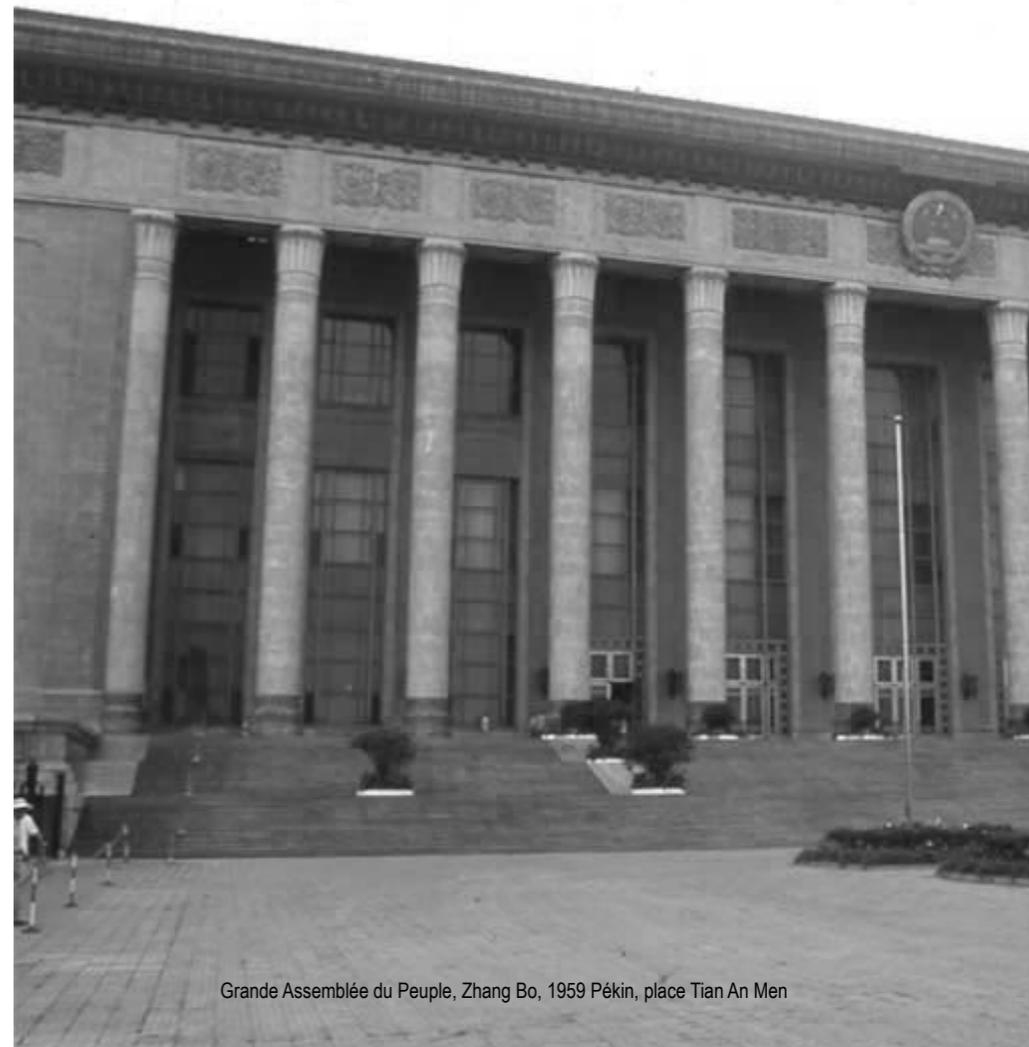
Musée de la Révolution Chinoise et de l'histoire,
Zhang Kaiji, 1959



Gare de Pékin, Yang Tingbao, 1959



Stade des ouvriers Pékin, 1959
Institut de design de la ville de Pékin



Grande Assemblée du Peuple, Zhang Bo, 1959 Pékin, place Tian An Men





ancienne lui a permis de se développer dans un cocon stable et quasi intouchable. Son originalité et ses conceptions particulières du monde et de la vie, ont été protégées dans un territoire muré et préservé de l'extérieur. Quand l'on s'affirme « Empire du Milieu », lieu d'équilibre, pourquoi se soucier de la périphérie,

des autres, et mettre en danger son intégrité. L'auto-proclamation de *milieu* et le rayonnement culturel de la civilisation entraînent une logique d'acceptation des éléments hexogènes par « naturalisation ». Ce(ux) qui parvenai(en)t à pénétrer l'Empire Chinois devai(en)t se faire laisser absorber et être **sinisé**.

Il suffit d'observer les édifices sacrés de cultes originalement non-chinois pour comprendre le phénomène. Lorsque déclaré comme religion d'état par un empereur Qing, le bouddhisme Indien et ses représentations n'ont-ils pas été radicalement transformés et métissés ? La notion de sinisation est flagrante en comparant un temple de Delhi et un temple du Wutai Shan dans le Shanxi, ou encore une église italienne à celles construites plus tard dans les provinces chinoises. **La Chine incorpore, s'approprie, et modifie** les composantes étrangères en les ancrant culturellement dans son espace. On leur reconstruit une interface physique qui les rendent familiers, comme s'ils avaient toujours fait parti du paysage local. Fondu dans la masse, l'objet y adhère et s'y camoufle. Cette assimilation n'est pas synonyme d'homogénéisation et d'indifférenciation comme on pourrait le croire, mais simplement



Eglise chrétienne, Dali, Yunnan

d'acceptation de l'objet extérieur dans le contexte local.

S'il y a **camouflage**, il y a modèle. La Chine est un pays de **modèles**, de répétitions et de variations sur des préceptes établis comme fondamentaux. L'observation de doctrines et l'immutabilité sont caractéristiques de l'équilibre social chinois et donc intrinsèques à tous les domaines du savoir qui en dépendent. Les arts chinois se distinguent par la répétition, la copie de modèles essentiels plutôt que par l'innovation ou la performance. Le calligraphe répète inlassablement les mêmes gestes que ses aïeux et perpétue les modèles passés. Il cherche à rester en contact avec les valeurs artistiques fondamentales préétablies par les anciens et à approcher l'essence et la transcendance du domaine. Le minimalisme de cette pratique tient particulièrement en estime les mouvements du trait, la maîtrise de l'artiste, le geste juste dans les règles ; c'est l'exécution du modèle qui est jugée et non l'image finale. L'architecture traditionnelle agit pendant plusieurs siècles d'une façon similaire. Elle met en place des modèles stylistiques, décoratifs et spatiaux, génériques mais non neutres puisque directement reliés à ceux de la nature, du divin ou des

doctrines philosophiques et sociales. Les espaces s'influencent les uns les autres, la siheyuan et le temple se réfèrent aux mêmes modèles d'organisation, de vocabulaire, de typologies. Il faut parfois être un minimum perspicace pour deviner les usages de tel ou tel bâtiment tant ils se ressemblent. D'autre part, la plupart des édifices n'étaient pas fait pour durer plus d'une cinquantaine d'années. En reconstruction permanente, ils devaient être sans cesse renouvelés ; toujours de la même façon quasiment interchangeable. Le **modèle se préservait dogmatiquement** et très peu de variations ou d'innovations ne pouvaient venir le troubler.

Aujourd'hui, la sauvegarde et la perpétuation de ces modèles architecturaux est un appel à la survie culturelle. Le contexte est devenu tout sauf immuable. La confrontation avec les icônes modernes de la globalisation remet en question des savoirs et des savoir-faire ancestraux garant de l'identité chinoise. Le traditionalisme ne peut se poser comme alternative à la contemporanéité. On cherche désormais à travers lui à nourrir et enrichir le processus de modernisation. Le problème qui se pose actuellement est que le rapport à cette tradition

est trop souvent de nature nostalgique au lieu d'être dynamique. Il se rattache souvent à une image, une forme, au lieu de le redéployer plus subtilement dans les modes d'habiter contemporains. L'omniprésent « new traditional style » qui se répand dans les villes chinoises semble tout droit sorti d'un univers kitch, d'une copie burlesque ou d'un fantasme culturel où tout n'est devenu qu'**apparence** et style. Façadisme sinisant, habillage idéographique, décoration hybride sino-occidentale, gonflent l'ego national et rassurent les chinois. « *Un centre commercial...encore un ? Oui, mais celui-ci sera de pur style chinois, un beau bâtiment traditionnel !* ». Cette architecture post-traditionnelle aurait-elle troqué le camouflage pour le maquillage ?

new Traditional style

R e t o u r

La Chine est actuellement non seulement un des plus gros exportateurs au monde mais aussi un des premiers importateurs. Ce qui est vrai des produits et des biens l'est aussi des idées, des modes opératoires, et des styles de vie. Pourtant, la fierté patriotique et la revendication d'identité nationale omniprésente semblent entrer en conflit avec la fièvre importatrice du western style. La fracture historique des années Mao dont avait besoin le nouveau régime pour établir la Chine rouge voulait éradiquer le lien que le peuple entretenait avec le passé de sa civilisation. Aujourd'hui ce sont les bases de l'idéologie rouge qui se détractent et secouent les repères des nouvelles générations. **L'introspection s'impose !** Un retour, une redécouverte des valeurs traditionnelles chinoises alimentent l'auto psychanalyse des chinois pour comprendre comment et pourquoi la Chine est ce qu'elle est et sur quel cap devrait-elle continuer son développement.

Deux enjeux clairs se dégagent du retour sur soi. Premièrement, celui de la redécouverte de la continuité historique permettant de se replacer dans le contexte présent avec lucidité et discernement.

Qu'est-ce que le patrimoine chinois et comment le protéger et continuer à le faire évoluer ? Tout d'abord il faudrait définir et préserver les traces physiques de ce passé, non comme des musées ou des antiquités mais comme des objets toujours actifs et activables. Les vieilles structures traditionnelles ne devraient pas être simplement conservées pour leurs potentiels touristiques mais pour leur utilité en tant que signes et en tant qu'espace bâti. La ville est un territoire pluriel d'accumulations historiques où passé et présent se complètent et permettent la contemporanéité. Peut-être est-ce un raisonnement proprement européen. Le rapport chinois au vieilles pierres semble plus ambigu. **On préfère souvent détruire entièrement une rue pour la reconstruire à « l'identique »** plutôt que de restaurer les bâtiments dilapidés par un demi-siècle d'inattention. C'est plus rapide, plus rentable et cela semble davantage plaire aux futurs utilisateurs. Les chinois ont le goût du neuf, ils ne veulent plus habiter ces « taudis » autrefois symboles du génie de leur civilisation. Les hutongs de Pékin (tissu urbain de maisons à cour siheyuan) sont démantelés peu à peu pour laisser place à la nouveauté, à la propreté et à la modernité. Finalement, le patrimoine c'est surtout bien

nouveau temple en construction

quand ça nous arrange ! Les chinois sont conscients de la perte déjà énorme de leurs espaces et modes de vie (70% des hutongs de Pékin ont déjà disparus) et en appellent à la survie de leur identité. Outre la sauvegarde matérielle et la perpétuation populaire, ils ont la volonté d'établir un rapport dynamique avec leur passé. **Les oppositions passé/présent et tradition/modernité** (souvent amalgamé avec orient/occident) **cherchent à être abolies.**

Le deuxième enjeu du retour chinois réside précisément dans cette volonté de faire du passé un dispositif projetable dans la contemporanéité. Beaucoup d'artistes adoptèrent dans un premier temps le détournement comme outil de confrontation entre les deux mondes (mouvement pop politique, peinture des frères Luo, ...). Bien que la masse construite ordinaire se concentre principalement sur l'esthétique formelle et visible de l'architecture ancienne, certains architectes semblent quant à eux vouloir réengager la structure de l'espace traditionnel dans un vocabulaire contemporain. Traditionnellement, l'essence (ti) et la forme (yong) se confondaient dans une même

Une rue du vieux quartier de Chengdu qui aurait dû disparaître est finalement reconstruite après protestations

architecture mais les nouveaux bâtiments « traditional style » ressemblent plus à des boîtes emballées dans une robe chinoise qu'à un dialogue pertinent entre tradition et modernité. Le passé est ici devenu un argument patriote de vente. Les abus incitent à l'étude plus attentive des modèles imités et du processus de « mise à jour » de ces modèles.

Il semblerait que ce qui est véritablement sollicité dans le débat tradition vs modernité est avant tout l'esprit du lieu (Genius Loci, N. Schultz). L'architecture ancienne était ancrée dans son contexte, elle s'accordait avec et était nourrie par le paysage, le climat, l'organisation sociale, les croyances et les représentations du monde. C'est ce lien qui semble avoir été perdu aujourd'hui. L'architecture contemporaine cherche-t-elle à travers ce retour un contexte culturel moins chaotique que celui dans lequel elle se développe ? La notion actuelle de lieu serait-elle devenue si ambiguë ou artificielle dans les villes chinoises pour être appréhendée et engagée par les architectes ? Le retour à la tradition est-il en ce sens une manœuvre défensive face à l'indétermination moderne, un canot de sauvetage en croisade contre le paquebot de la globalisation ?

A s i a t i s m e s & C h i n o i s e r i e s

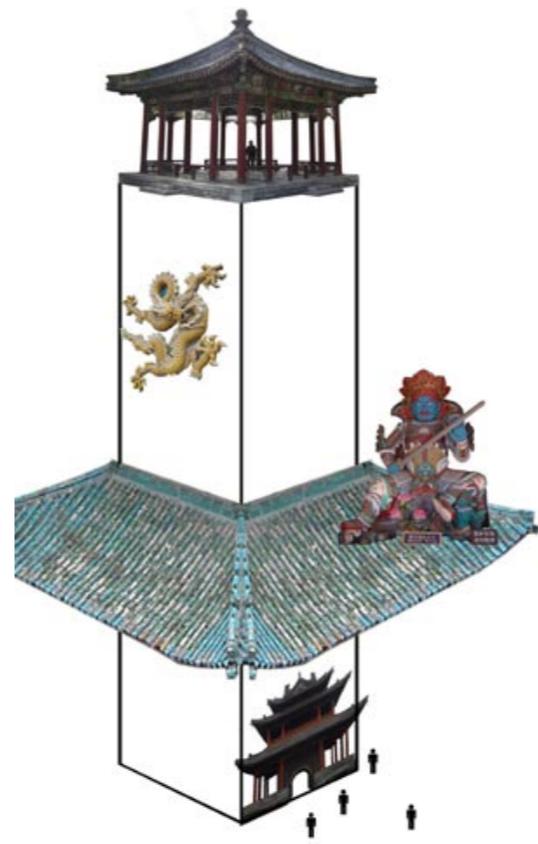
Apparence et style sont tout puissants dans le bâti chinois. Les clients, souvent imprécis sur bon nombre de points importants, semblent pourtant avoir une image très précise de ce qu'il veulent. Deux extrêmes se dégagent : le western style et le chinese style ; une opposition entre une influence moderne et donc à fortiori étrangère et une influence traditionnelle, forcément locale. Il n'est évidemment pas question de programme, de processus de construction, de matériaux ou encore de contexte mais simplement de forme. Y a-t-il des formes chinoises et des formes non chinoises ? Bien que sur le fond cette distinction soit dangereuse, on peut admettre qu'un vocabulaire architectural, qui en Chine fût dogmatiquement figé, s'est installé au fil des siècles. Les typologies modernes ont finalement, où que ce soit, toujours autant de mal à s'imposer face au conformisme général qui continue à valider, sous prétexte culturel, les formes traditionnelles comme norme.

Toujours est-il que le langage architectural s'en retrouve réduit à ce qu'il a de plus accessoire :

Petits empereurs _ Frères Luo

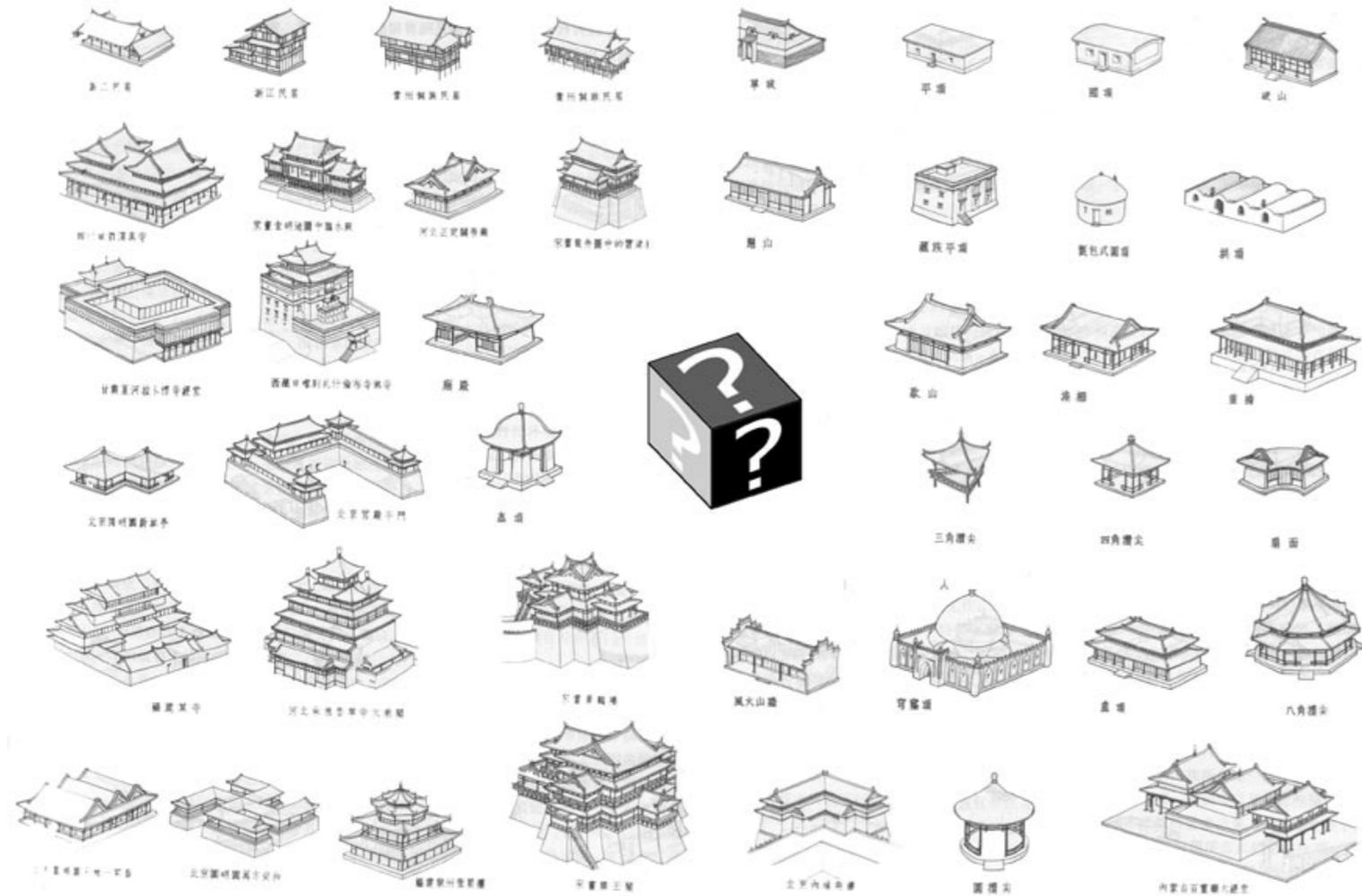
la décoration. Les structures traditionnelles ont été éclatées, démantelées en fragments qui ont pour seule fonction celle de signe. Un catalogue de « chinoiseries » est mis à disposition du bâtiment pour qu'il exprime sa « sinité ». Cette décoration souvent kitsch des façades entre en compétition avec les signalétiques, publicités, bandeaux et autres signes marchands qui colonisent toutes les surfaces verticales de la ville. C'est avant tout sur la peau extérieure du bâtiment que s'installent les chinoiseries puisqu'à l'intérieur c'est toujours le confort moderne à l'occidental qui prédomine. On sépare donc

totalemment l'extérieur et l'intérieur en deux systèmes à part. Le premier est de l'ordre de la représentation alors que le deuxième est de l'ordre de la fonction. En Chine le bâti est d'ailleurs souvent carrément divisé en trois projets distincts gérés par des concepteurs différents. L'architecte conçoit le squelette structurel et fonctionnel, le designer, la décoration intérieure et le « façadiste », le rideau extérieur enveloppant la construction (souvent unique critère de beauté du bâtiment). La révolution moderne des façades non-



Les Boîtes et leurs chinoiseries

porteuses a engendrée malgré-elle un morcellement de l'architecture et une distanciation entre extérieur et intérieur. La boîte, pour parler simplement du corps du bâtiment, est équipée d'artifices, **gadgétisée** de références asiatisantes qui font souvent écrans aux carences de l'objet brut. Habillage, maquillage ou déguisement, le bal masqué de l'architecture contemporaine est ouvert.



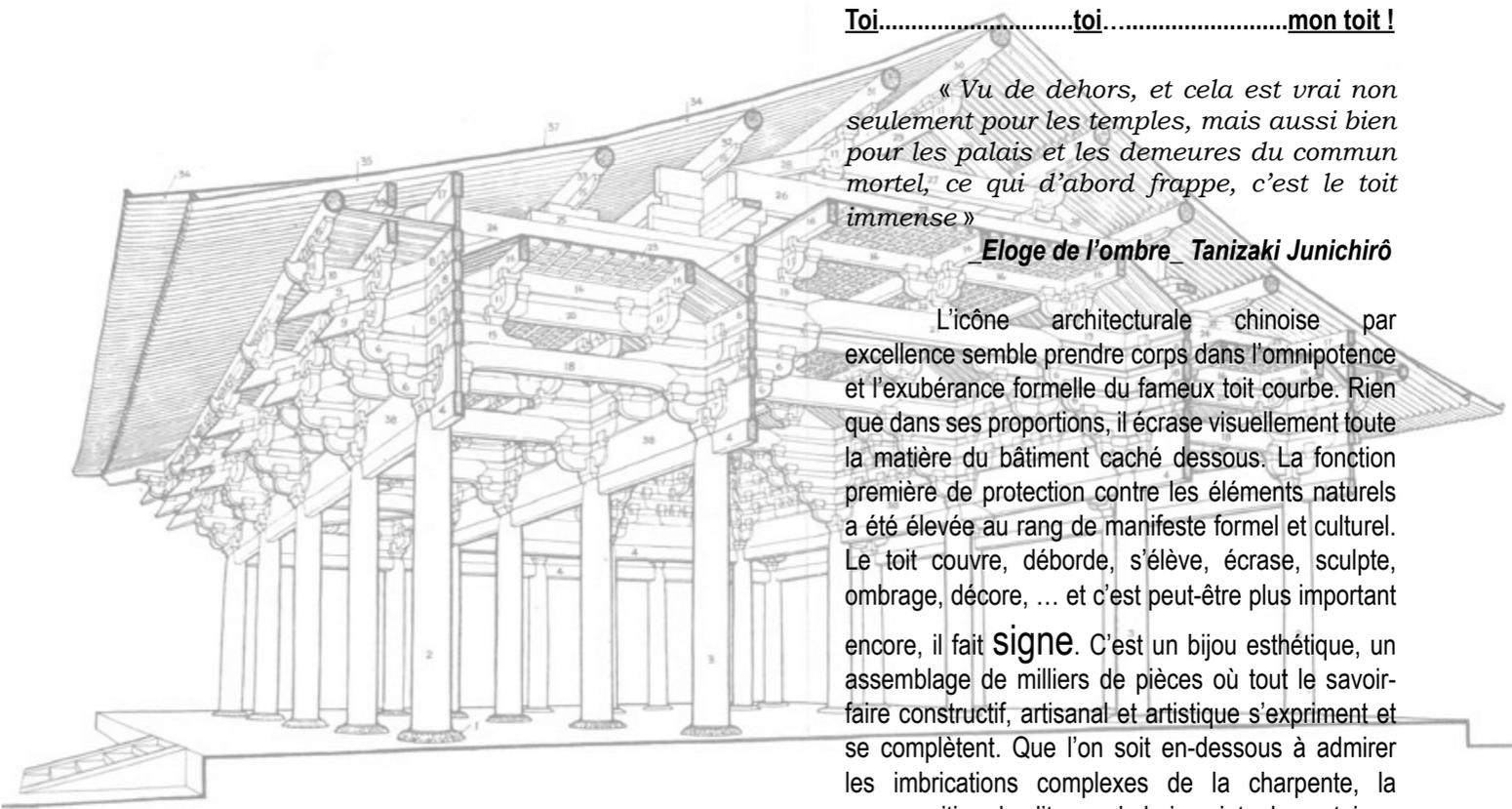
Typologie moderne ?

Toi.....toi.....mon toit !

« Vu de dehors, et cela est vrai non seulement pour les temples, mais aussi bien pour les palais et les demeures du commun mortel, ce qui d'abord frappe, c'est le toit immense »

Eloge de l'ombre Tanizaki Junichirô

L'icône architecturale chinoise par excellence semble prendre corps dans l'omnipotence et l'exubérance formelle du fameux toit courbe. Rien que dans ses proportions, il écrase visuellement toute la matière du bâtiment caché dessous. La fonction première de protection contre les éléments naturels a été élevée au rang de manifeste formel et culturel. Le toit couvre, déborde, s'élève, écrase, sculpte, ombre, décore, ... et c'est peut-être plus important encore, il fait **signe**. C'est un bijou esthétique, un assemblage de milliers de pièces où tout le savoir-faire constructif, artisanal et artistique s'expriment et se complètent. Que l'on soit en-dessous à admirer les imbrications complexes de la charpente, la superposition des liteaux de bois peints de centaines de couleurs ou encore sous une des extrémités qui se



Coupe du Temple Fo Guang dans le Shanxi

relèvent singulièrement vers le ciel, ou que l'on soit à distance à observer sa forme surprenante, le rythme de ses tuiles cylindriques et ses figures décoratives de dragons ou autres chimères, on peut qu'être épaté et séduit.

L'architecture traditionnelle a bien sûr bien plus à offrir que cet unique toit mais à travers sa qualité de forme et l'évidence chinoise qu'il symbolise, il s'est peu à peu imposé comme le parachute culturel et l'arme ultime dans le combat tradition vs modernité.

Peu importe ce que l'on mettra en-dessous, ce sera forcément chinois !

L'icône toit est ainsi devenue un allié redoutable à la sauvegarde de la tradition et du paysage construit chinois. Par son utilisation, bien que pervertie, il

labélise toute production architecturale comme étant « typiquement » chinoise. Le collage est devenu courant en Chine, n'importe quel type de bâti, n'importe quel programme ou n'importe quelle composition, surmontée d'un toit « chinese style » ou carrément d'un petit édifice néo-traditionnel est validé comme local. Le postmodernisme à l'occidental est ici réinventée à travers la combinaison d'éléments non seulement contemporains et traditionnels mais aussi hexogènes et indigènes. Déjà dans les années 60, à une période où le « toi, toi, mon toit » était déjà au cœur de la controverse architecturale, Liang Sicheng signalait le burlesque de vouloir « porter un costume occidental avec un chapeau chinois ».

Aujourd'hui nous sommes pourtant baigné que l'on le veuille ou non dans l'ère du métissage et du trans. La transdisciplinarité, le transnational, la transsexualité, la transformation, la transversalité, et...la **trans-architecture** qui finalement nous entoure depuis bien longtemps, s'imposent comme les conditions contemporaines par excellence. Nous vivons dans un environnement mixte où les références s'entrechoquent librement dans lequel le toit chinois collé sur un centre commercial ne devrait pas plus nous scandaliser qu'un Mcdonald dans un immeuble haussmannien. Le problème qui se pose est la contradiction entre le protectionisme culturel et l'importation de modèles et d'influences nés du libre échange. Bien qu'aujourd'hui la notion de style

chinois soit devenue obsolète, il faut néanmoins se questionner sur la cohérence et l'intégrité de la manipulation des références locales. Si tout n'est que représentation, qu'image, que mirage, comment parler encore d'**authenticité** ? Le toi, toi, mon toit a été entièrement réinterprété et finalement détourné de son sens, de sa fonction et de son essence originels, pour n'être devenu plus qu'un gadget. Il se retrouve désormais tronqué sur les façades rideaux, sur un porche, une vitrine commerciale, à l'intérieur d'un restaurant ou d'un lobby d'hôtel, préfabriqué en bois, carton, métal ou moulé en béton, plastique ou autre, dans les usines spécialisées en chinoiseries en tout genre. La subversion de la nature véritable du toit n'est finalement qu'une expression de plus de la gadgetisation et du superflu de l'espace bâti moderne.



S'il y a, à travers ces tentatives de mimétisme, une volonté de continuité historique et un respect de la culture ancienne, on ne peut en Chine qu'être dubitatif quant à l'importation des modèles européens. Il y a quelques années, Shanghai projeta de construire neuf villes satellites de styles étrangers. Aujourd'hui, la « Thames Town » est une réalité avec ses pubs anglais au coin des rues, ses églises ou encore ses maisons victoriennes. Les villas espagnoles, les ranchs américains, les petits châteaux à la française sont à la mode et s'arrachent sur le marché chinois. La Chine, malgré cette

vague d'exotisme à l'européenne, veut préserver sa différence. L'attachement aux formes anciennes fait écho à la difficulté de créer des espaces modernes appropriables et représentatifs d'une culture. En réaction à la globalisation de plus en plus synonyme de standardisation et d'indifférenciation, la chinoiserie s'impose donc actuellement comme l'unique réflexe protecteur des singularités, du moins tant qu'il sera question de style...



Chinatown Manchester



Thames Town, Shanghai





One world, One dream



La devise des Jeux Olympiques qui auront lieu à Pékin en 2008 s'est imposée comme le leitmotiv du développement chinois. A travers une croissance économique où le marché est devenu tout puissant et l'urbanisation et la modernisation de métropoles, le *One world, One dream* poursuit ses objectifs de globalisation et d'indifférenciation. Si la Chine veut appartenir à ce « monde unique », elle doit en partager le rêve et participer activement à son prolongement. L'éveil de la nation doit-il être accompagné de l'acceptation quasi-totale des images imposées de la

modernité ou d'une docilité aux fantasmes globaux?

En observant les villes chinoises qui se déconstruisent et se reconstruisent à un rythme ahurissant ou encore l'incroyable objectif d'édifier 400 nouvelles villes d'un millions d'habitants d'ici à 2020, on peut se demander si le « **chinese dream** » n'est pas une simple extrapolation de l'omnipotent american dream qui continue à être la règle et le modèle. Le paysage urbain chinois mime l'iconographie de la mégalopolis moderne. Partie de rien, tout doit y être neuf, beau, grand, propre, high-tech, transparent, bétonné, contrôlé, normé, etc... La tour, l'appartement, l'office building, le shopping mall, le centre et la périphérie, le zoning, le politiquement correct ou plutôt l'économiquement correct, sont homologués comme étant les seules recettes du succès. L'envers du décor, l'arrière-cour où l'urbanité atteint son summum d'injustice, est oblitérée ; elle fait partie de ce que l'on appelle les « problèmes à régler ». Toute alternative est intrinsèquement écartée par le modèle écrasant d'un **progrès que personne n'ose questionner**. Les pays qui contribuent à sa création n'ont ni la volonté

ni les moyens de le faire. Ceux, comme la Chine, «en voie de développement» ont le potentiel et le devoir d'être critique. **Le progrès ne devrait être ni unique ni figé.**

Avancer c'est bien, aller droit dans le mur ça l'est moins. L'automobile est déifiée au rang de priorité pour la planification et le développement urbain. Les infrastructures routières découpent la ville, la segmentent en rendant tout mouvement d'un élément à l'autre de l'ordre du parcours du combattant. Elles allongent les distances, éradiquent ou rendent difficile les possibilités des autres modes de transportation et détruisent ce qui ne leur est pas compatible tout en provoquant pollution, embouteillages et complexification de trajets. La question n'est pas de mettre en doute l'utilité de la voiture mais son omnipotence. Elle empêche toute réflexion sur des **alternatives** ou des complémentaires au système. La ville chinoise, au lieu de tenter de développer des options, s'engouffre dans les recettes « qui marchent ». Bien que ces solutions soient déjà en crise dans les «modèles à suivre» (réserves pétrolifères à sec, retour à l'éco-logique, planification urbaine qui se bat constamment avec les

problèmes engendrés par l'empire automobile,...), la Chine s'engage allègrement sur la même route. On est plongé dans la doctrine de la **mise à jour**, la mise à niveau. On s'aligne avant d'innover, on prend le même chemin pour éventuellement bifurquer plus tard, être compétitif avant d'aller éventuellement plus loin.

Le domaine de l'architecture n'échappe en rien à ce qui se résume à « **rattraper le retard** ». L'apparition en Chine il y a quelques années de livres de recettes architecturales (speedy design architectural recipes) a définitivement entériné le copier-coller, et coller, et coller, et ... Des modèles et des plans y sont énumérés, dimensionnés, expliqués et pré-dessinés qu'il suffit de disposer sur un site et de répéter. L'architecture contemporaine agit par standards, par types eux-mêmes déjà assemblages d'éléments préfabriqués et standardisés. Le royaume du système et de sa reproductibilité est à son apogée, la ville générique en est la reine.

Les utopies modernes du début du XXe siècle (la ville résout tout et équilibre toutes les forces en action) qui prônaient l'industrialisation et

l'homogénéité, sont littéralement surpassées par la réalité de la métropole contemporaine. Cette ville là se fonde sur le chaos organisé du marché économique. L'urbaniste actuel, dépassé par la complexité de la ville moderne, tente comme il le peut de rationaliser ce chaos au lieu de l'accepter et de s'en nourrir. Il « résout » les problèmes, fait de l'ordre, répare, rase et reconstruit à grande échelle. Il répond à la complexité des facteurs urbains mêlant société, économie, politique, culture, espaces, habitants, par la simplicité, la composition spatiale, les réseaux, le contrôle. En édifiant sa logique sur le *One world, One dream*, il décrète que tous ont les mêmes envies, les mêmes modes de vie, les mêmes espoirs en la ville, et propose uniquement des options établies dans un catalogue qui soi-disant leur donne le choix. On essaye tous de se ressembler les uns les autres mais on veut des options, on customise au lieu de créer ; **one world, one dream et 5 milliards d'interprétations.** L'égalité dans la différence est refusée, l'homogène prime sur l'hétérogène. Le One world, One dream glisse peu à peu vers le One world, 10 000 nightmares. A quand le *One world, millions of hopes* ?

Capit Land

BRANDING
© CHINA

成就人文空间
Building for People

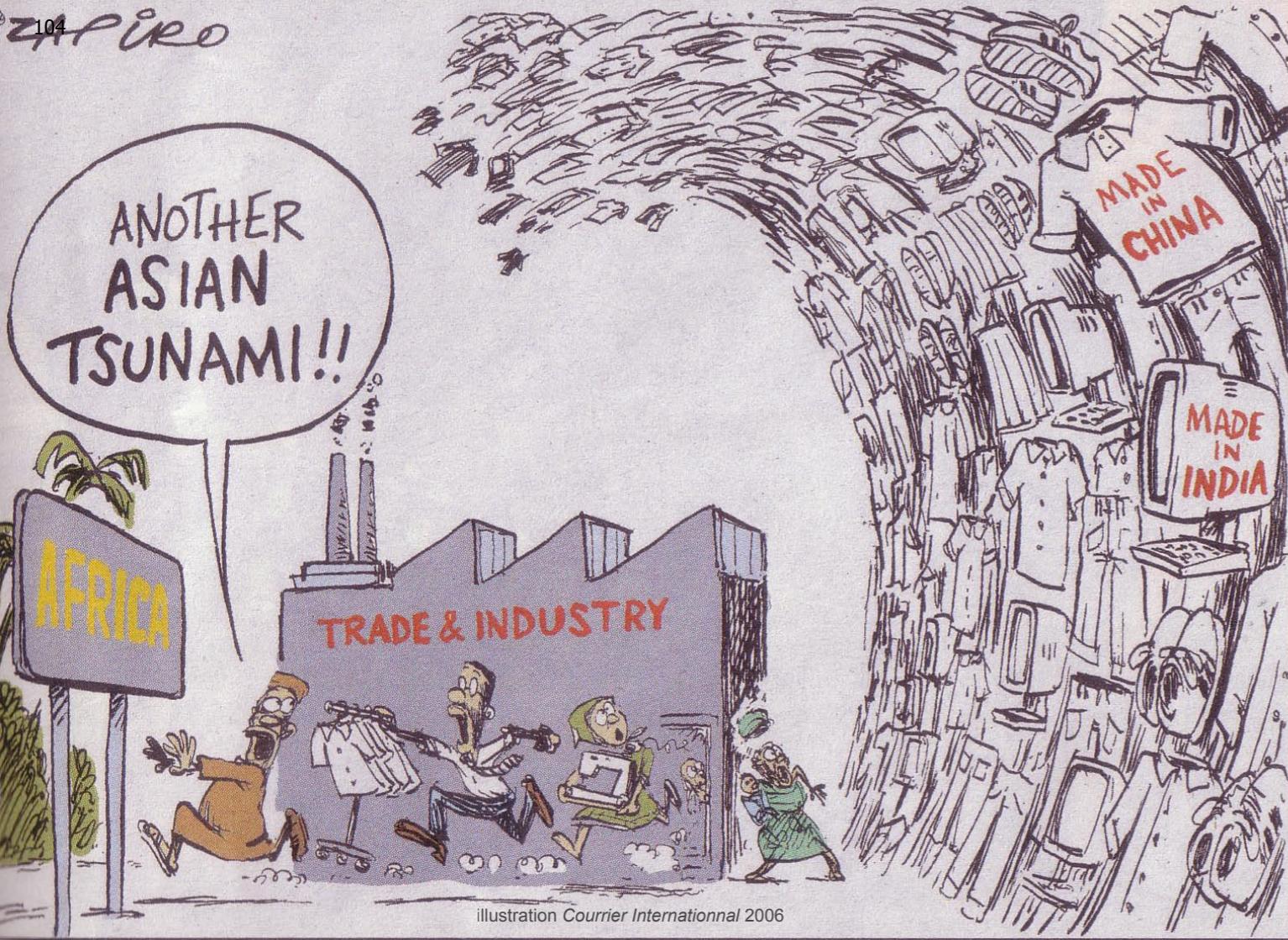


illustration *Courrier International* 2006

MAD(e) IN CHINA

Le tsunami *made in China* déferle sur le monde, le péril jaune hante les esprits. La vitalité économique du pays, les prix toujours plus bas, couplés à un potentiel de production inouï, écrasent toute concurrence. Les investisseurs du monde entier y délocalisent leurs chaînes de montage, les produits traversent la planète en des temps record, les flux de matières s'entrecroisent et se bousculent aux frontières. Vu de l'extérieur, la Chine est devenue l'Usine du monde, une machine de production d'une efficacité brute dont la rentabilité n'est plus à démontrer. L'estampillage *made in China* apposé à la sortie de la ligne de production n'est plus uniquement synonyme de provenance mais de la nouvelle image de marque de la nouvelle superpuissance.

La Chine est un pays où l'on fait, on fabrique, on forme, on transforme, on crée. On n'y réalise pas uniquement ce qui est local et représentatif de la culture chinoise, mais une énorme partie de ce que le reste de la planète consomme, utilise ou produit. Les Nike sont... chinoises, les processeurs informatiques sont... chinois, les containers dans lesquels les produits voyagent jusqu'en Europe sont... chinois.

SINO-COPIE • Aujourd'hui, au-delà de simplement faire de la sous-traitance, la Chine ingurgite les savoirs étrangers qui y transitent. De façon directe, cette appropriation se résume à la « sino-copie ». Conséquence de la facilité de reproductibilité, de la quasi-obligation de rentabilité immédiate et de la standardisation, la sino-copie s'est imposée comme le réflexe premier d'un système dicté malgré-lui par la production plutôt que par la création. Dans une société en continuelle accélération, les moyens

IPUS IMAGING CORP.

productifs étant à disposition, c'est le « faire » qui domine.

L'architecture n'échappe pas à la règle. Le copié-collé est assumé, le principe d'authenticité négligé. Ronchamp (Le Corbusier), le pavillon Serpentine (Toyo Ito), l'arche de la défense (Johann Otto van Spreckels), ou encore le Pentagone transformé en shopping mall à Shanghai, ont été reproduits sans complexe. L'image, le style, la forme se sont imposés sur un contenu incompris ou décrété comme « optionnel ». Le problème semble se situer à différents niveaux. Tout d'abord, le client est roi, quoiqu'il demande, l'architecte n'est considéré que comme un prestataire de service, son opinion ou son expertise ne sont pas requises. Ensuite, les délais de conception et de construction ne laisse ni place à un dialogue critique ni à la remise en question de la copie. Enfin, il semblerait que la diffusion du domaine se limite encore trop souvent à des publications remplies de photos ou autres

images numériques. La presse s'adressant à la masse ne donne pas l'opportunité au lecteur de comprendre ou de s'intéresser à l'essence des édifices mais propose uniquement des jugements d'apparence.

La copie de bâtiments emblématiques ou celle, moins directe mais beaucoup plus répandue, des modèles étrangers d'architecture contemporaine, est peut-être à comprendre sur un plan plus figuratif que littéral. Que représentent-ils si ce n'est l'hégémonie des modèles, la standardisation de la contemporanéité et la démonstration de la capacité chinoise à faire les mêmes choses que les occidentaux en moins de temps. La logique voudrait que des contextes distincts produisent des objets spécifiques et non de simples opérations de copies, mises à l'échelle et maquillages locaux. Intrinsèquement, le terme *made in China* articule parfaitement le conflit sous-jacent entre ce qui est fabriqué en Chine et d'origine étrangère et ce que,

uniquement la Chine crée. Sur fond de fierté nationale et de course à l'innovation, on assiste aujourd'hui à une remise en question de la fameuse formule de Deng Xiaoping : « *Peu importe qu'un chat soit noir ou blanc, tant qu'il attrape la souris !* ». On n'acceptera plus n'importe quoi sous couvert de développement, la Chine ne sera pas un sous-produit de la globalisation, elle est et doit continuer à être unique.

CHINA LAB ◦ La doctrine du « faire » entraîne la nation dans une logique de tests et d'expérimentations. La Chine, couramment apparentée à un laboratoire architectural et urbain grandeur nature, semble constituer un incubateur rare où tout concepteur rêve de poser son « tube à essais ». Pendant qu'à l'Ouest on discute, on suppose, on prévoit,... à l'Est on teste. L'eldorado architectonique se matérialise peu à peu au rythme des commandes gargantuesques des nouveaux dirigeants

chinois. Un désir croissant et un besoin urgent d'architecture génère un potentiel fabuleux d'innovation et d'alternative aux modèles en crise. Les opportunités affluent, les architectes étrangers s'exportent. D'un côté les chinois accueillent favorablement ce mouvement les plaçant à la pointe de l'avant-garde architecturale, d'un autre ils refusent d'être les « souris » sacrifiées de l'expérimentation. Une récente polémique estimait que la Chine était devenue le terrain de jeu des superstars de l'architecture mondiale empêchant les chinois de participer de façon équitable à la production locale. Il est vrai que la rémunération ou la considération apportée aux architectes locaux est largement inférieur à celles des étrangers. L'équilibre est-il trop haut d'un côté ou trop bas de l'autre ? Le gigantisme des commandes (CCTV_OMA, stade Olympique_Herzog & Demeuron, Opéra de Pékin_Paul Andreu,...) est-il du ressort de ces firmes ou de celui d'une demande qui frôle souvent la mégalomanie ? La polémique protectionniste perçoit ces



projets étrangers comme une agression. On confond invasion et participation. Ils proposent une **expertise et une inventivité** dont la Chine a besoin pour aller de l'avant sans que cela ne soit chargé d'une quelconque arrogance comme certains commentateurs l'ont perçu. « Ils (les architectes étrangers) ne comprennent pas la culture chinoise et utilise la Chine comme terrain expérimental pour tester leurs idées. » Des exemples comme le Centre Pompidou à Paris, qui n'aurait jamais pu voir le jour dans un contexte culturel français figé, démontrent que l'évolution culturelle suppose la prise de risque et le bouleversement des codes. Etrangers ou pas nous œuvrons tous dans le même sens. La condition changeante de la Chine, l'échelle de ses besoins et sa volonté d'alternative sont autant de moteurs à une réponse aux enjeux qui se doit d'être osée. La reconversion du *made in China* en un *created in China* est en marche.

FAIRE ◦ Des chantiers en mouvements 24 heures sur 24, des quartiers entiers qui changent de visage en quelques mois, des maisons démolies la nuit, des immeubles construits le jour, en Chine...on fait ! Dès qu'une opportunité se présente, on fonce quitte à devoir reculer plus tard. A Canton, les bâtiments inachevés connus sous le nom d' « éléphants blancs » sont autant de totems manifestes de cette priorité de production. Ces squelettes de béton brut qui jalonnent la ville sont des projets stoppés en pleine construction par manque de budget ou autres raisons variées (vice de construction, vice de procédures, ...). Ils sont la démonstration même qu'en Chine il vaut mieux essayer que de ne rien faire. **Essayer, ce n'est pas étudier, programmer, prévoir,...c'est construire.**

Conception et réalisation s'éloignent. L'objet construit suit les grandes lignes du projet mais la résolution directe des problèmes se faisant sur le

chantier, le bâti livré est partiellement transformé par le « faire ». Il peut y avoir conflit mais il pourrait aussi en dériver un processus architectural déhiérarchisé. La construction ne serait plus au service de la conception mais en dialogue critique. L'architecture ne serait pas de l'ordre du compromis mais de celui de la réactivité, des allers-retours et de l'adaptabilité. Les ambitions chinoises ne peuvent qu'être à la hauteur de leurs enjeux. L'architecture se doit d'être un acte plus engagé et manifeste.



BRANDING THE CITY

VILLE VITRINE/VILLE IMAGE ◦ Le boom urbain a imposé à la ville chinoise une nouvelle priorité : représenter la Chine moderne. A l'avant-poste du développement, la métropole contemporaine se doit d'en être le manifeste le plus convainquant ; elle est en est à la fois l'outil, la mesure et l'objectif. Elle est devenue la « vitrine » du pays où l'on expose les produits de la modernisation, les bâtiments admirables, les heureux citoyens, les nouveaux savoir-faire, les entreprises florissantes,... bref, la réussite et la totale confiance en un nouveau modèle de vie. Paradoxalement, on y démontre d'un côté l'appartenance au monde de la globalisation et de l'autre l'exceptionnalité chinoise. La ville se veut plus grande, plus haute, plus moderne, plus belle, plus propre, plus distincte,... en même temps plus chinoise et plus en accord avec l'idéal global.

La « **ville vitrine** » se compose de...vitrines. D'un côté, la transparence, qui dans bien des cas frôle l'exhibitionnisme, voire le voyeurisme, s'est imposée comme la démonstration ultime de la technicité et de la créativité architecturale moderne. La « délicate » tour de verre reste l'icône phare d'une période où lustre et brillance sont synonyme de beauté et d'une société se basant sur le voir et être vu. De l'autre, l'architecture est tiraillée entre ce qu'elle est (bien difficile à définir) et ce qu'elle représente, le bâti se fait malgré lui vitrine d'un contenu, d'un contenant, d'une époque, d'un savoir-faire, d'un pouvoir, d'un échelon sociale, d'un standing, ... Le building de telle ou telle compagnie en est une de ses représentations physiques, contrôlée et codifiée au même titre que l'employé qui doit porter tel ou tel costume avec telle ou telle cravate. Le bâtiment fait signe, il est symbole, il est **image**. En Chine comme ailleurs, cette logique a enfanté une obsession quasi-maladive de morphologies, façades et peaux.

On revient aux ornements, habillages, symboles, références, etc.... L'architecture est signe et support à signes, elle marque et démarque malgré-elle. L'omnipotence du façadisme et la nouvelle importance de l'image ont engendrées une architecture

de **maquillage** où un simple bloc de béton, après ajouts de mascara, rouge à lèvres, crème bronzante, faux cils, lentilles colorées, chemisier Empire, minijupe à la japonaise, talons aiguilles et sac LV, se transforme en un top model architectural. Il semblerait qu'aujourd'hui, dans bien des cas, l'image soit à nouveau jugée au dessus de toute autre priorité ; l'amalgame entre qualité et apparence est omniprésent.

Ces architectures images sont des produits de la **ville image**. Toute agglomération souhaite se créer une image de marque qui puisse résumer son identité complexe. Des espaces, des lieux, des bâtiments, des événements, des atmosphères, des personnes, des modes de vie, etc... fondent une sorte de

ville-fiction qui s'invente et se réinvente continuellement. La ville image se construit en parallèle à l'espace réel, elle dicte nos perceptions et nos relations à l'espace en brouillant la limite entre la réalité et l'imaginaire urbain.

Cartes postales, photos, publicités, affiches, logos, légendes urbaines, merchandising,... la ville image et la ville réelle sont indissociables. La Pékin image, c'est la Cité Interdite, Mao Zedong proclamant la République Populaire de Chine en 1949 sur la place Tian An Men, un labyrinthe de hutongs, le canard laqué, les lacs Beihai, Houhai et Xihai, les ouvriers en bleu de travail à vélo, les événements de 1989, etc... Bien qu'à des fins touristiques ces clichés sont toujours d'actualité, la Pékin image veut se reconstruire un **visage résolument moderne**. Dans un futur proche, ce sera aussi les JO 2008, le Central Business District, le théâtre national, la tour CCTV, les boîtes de nuit, les goldens boys,... La ville image oblitère volontairement la véritable constitution

de majorité de la ville, les maos blocs, les tours, les banlieues, les *xiao qu*, les *bieshu qu*, l'hétérogénéité et l'échelle urbaine, les inégalités exacerbées, les chantiers, les arrières-cours, les *min gong*, etc... Elle est contrôlée et codifiée par les autorités et les lobbys qui décident des images acceptables de celles inacceptables.

L'architecture, devenue une des iconographies préférées de la ville image, se retrouve dans bien des cas esclave de cette dernière. Les bâtiments se présentent, sont diffusés, sont jugés, se choisissent, se vendent et s'achètent sur rendus numériques imprimés sur papier brillant ou autres images digitales soit disant réalistes. Avant même que la première pierre d'une résidence soit posée, elle existe d'ores et déjà dans la ville image. Elle est disponible sur photomontage dans les magazines ou agences spécialisées où les critères de base se résument à un chiffrage de m², un standing, un lieu, un nom et...une image. La Chine actuelle est écrasée par

ces millions d'images d'un futur à venir où tout est beau, heureux, propre et luxueux. Dans les journaux, les magazines, les magasins, dans le métro, sur les murs, sur les panneaux publicitaires, sur les façades, autour des chantiers de démolition et de construction, les **architectures-images** brillantes sont partout. Ces projections imaginaires dans un futur architectural édulcoré n'a rien de neuf en soi mais ce qui est ahurissant c'est que ces fictions prennent actuellement le pas sur la réalité. Les projets se fondent sur l'image à vendre, l'architecture est dénuée de contenu, de sens, d'obligation de qualité. Style, esthétique et économie sont tout puissants. La ville image impose son dictat à l'espace réel. Jugée prioritaire, elle évince la création d'un espace dédié au « vivre ensemble » au profit d'un simple décorum urbain.

Archi-image à vendre

ARCHITECTURE = CITY BRANDING

◦ A Pékin, la venue prochaine des jeux olympiques a donnée lieu à des travaux titanesques tant sur les espaces construits que sur l'image de marque de la ville. Une énergie phénoménale est concentrée sur cette identité à venir, toute la ville se transforme et se prépare à être... olympique. La capitale chinoise s'entraîne frénétiquement pour ce jour J où, braquée sous les projecteurs, elle entrera de pleins pieds dans la course des métropoles. La ville se muscle en architectures exceptionnelles. Les nouveaux monuments modernes sont les organes vitaux qui permettront la prise de position sur la ligne de départ.

Les métropoles chinoises se sont lancées corps et âmes dans l'édification continue d'architectures d'exceptions, **monumentales** dans tous les sens du terme. L'homogénéisation et la standardisation des espaces urbains semblent avoir (à nouveau ?) engagés les

bâtisseurs dans la **course à l'exploit** et à la singularité. La ville a toujours eu besoin d'icônes architecturales, de bâtiments démontrant leur grandeur et leur spécificité, de monuments repères, d'architectures-logo symboles d'exception et de performance. Bien que le monument soit un fragment totalement exceptionnel et unique, il a le pouvoir de labelliser la masse urbaine qui le contient. L'exemple type est celui de Bilbao. Le musée Guggenheim est un extraterrestre au lieu et pourtant il en est devenu l'ultime icône. Il fonde la Bilbao image.

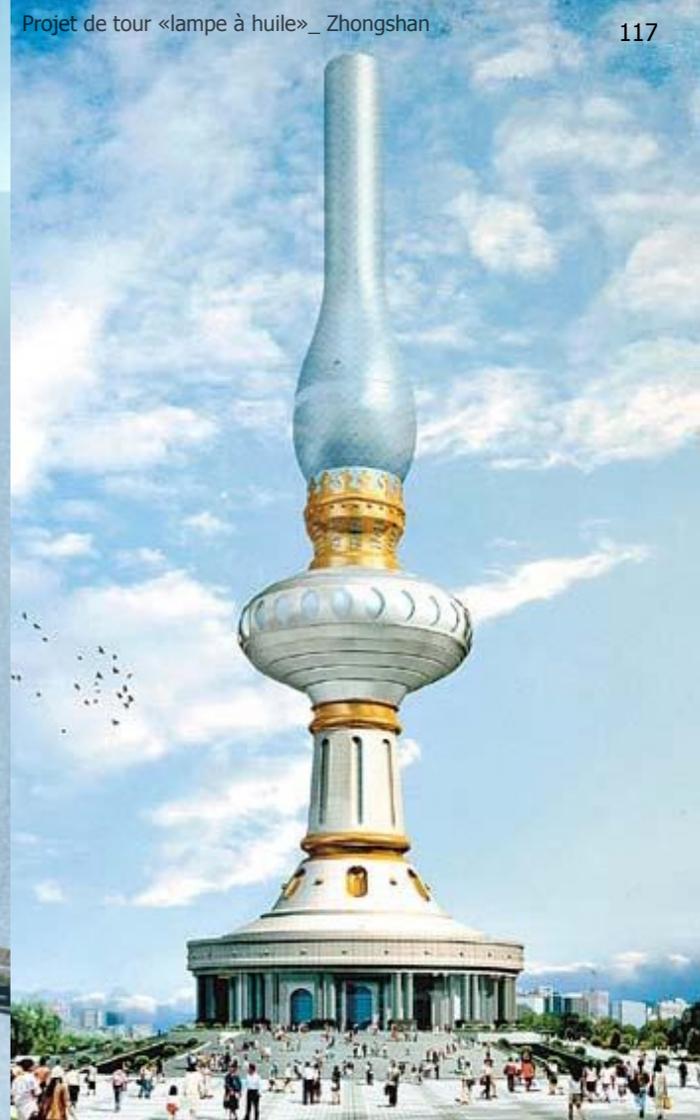
Aujourd'hui, les métropoles chinoises ont, plus que toutes autres, la volonté de redéfinir leur visage au monde et de se redessiner une image de marque moderne. Toutes veulent leur Guggenheim, leur Beaubourg, leur Tate Museum. Les musées rivalisent de créativité et d'expressivité artistique, les stars de l'architecture mondiale raflent commissions sur commissions. C'est à qui aura le plus bel objet d'art, le plus rare des artefacts,

la plus unique des architectures dans sa vitrine urbaine. Les musées, les opéras, les théâtres sont parmi les symboles créatifs et culturels de la ville mais aujourd'hui tout peut être prétexte à ouvrage d'art. Les espaces commerciaux, financiers, politiques, et même résidentiels rivalisent de monumentalité et de singularité. Les méga infrastructures telles que les gares ou les aéroports eux aussi se transforment en démonstrations de la «contemporanéité» de la ville et des modes de transport et flux urbains qui l'irriguent. Shanghai vient d'ériger son Pudong airport (P.Andreu) et son train maglev qui transporte les voyageurs en 7 minutes au centre-ville (430km/h), Pékin reconstruit son Capital airport (N. Foster) en forme de dos de dragon, le Chek Lap Kok de Hongkong (N. Foster) a été construit directement sur la mer et le Baiyun airport (URS architects) de Canton a été planifié comme une petite ville satellite. L'aéroport se doit d'être le **manifeste** et la preuve de la modernité de la ville et de sa capacité à participer aux réseaux globaux, ce qui, pour la Chine

actuelle, est une véritable obsession.

Impossible de parler de monument moderne en faisant l'impasse sur les totems urbains. La compétition des tours et gratte-ciels fait rage, toutes les métropoles chinoises se disputent le record du plus haut donjon au monde. Typologie contemporaine incontournable, exploit technique ahurissant, **folie des grandeurs**, la tour reste l'architecture phare dont toute ville a besoin pour se faire respecter du monde de la globalisation. Ici, les intérêts publics et privés se complètent. Ce sont les investisseurs, les golden boys, qui érigent cette ville là. Les pouvoirs publics chinois l'ont bien compris et leur offrent généreusement des zones vierges où le concours d'escalade est officiellement lancé.

Ces CBD (Central Business District) nés d'une juxtaposition d'espaces et d'intérêts privés forment des ensembles urbains impressionnants en total accord





Le Bund de Shanghai prit d'assaut pour la photo qui s'impose avec Shanghai Pudong

avec les modèles urbains globaux, des clusters monumentaux de monuments. Bien que ces espaces soient ceux où la tridimensionnalité atteint son paroxysme, à distance ils se muent en une énorme façade ; la notion de ville vitrine prend tout son sens. Le Bund de Shanghai est pris d'assaut tous les jours par des hordes de touristes qui posent les uns après les autres en face de Pudong pour immortaliser le souvenir de ce moment de quasi-intimité avec la ville : moi et Shanghai ! La vue de cette masse urbaine mise sur le spectaculaire, c'est la photo qui s'impose, le **panoramïcône**. Ces images de skylines et cityscapes, sont forcément esthétisantes puisque produites par des points de vue exceptionnels. De loin tout devient plus simple et plus beau ! Elles se sont imposées comme le nouveau visage brillant du développement de la nation.



Hong Kong



Chongqing



Shanghai



Shenzhen



vitrine Pudong_ Shanghai



Un travesti devant le panoramique de Hong Kong_ HK



BRANDING IN THE CITY

Le paysage urbain chinois s'est littéralement métamorphosé ces 30 dernières années. Le « Un pays, deux systèmes » et l'économie de marché socialiste ont totalement redistribué les rôles dans le théâtre de l'architecture et de la planification urbaine. **Qui fait la ville chinoise aujourd'hui ?** Ni les architectes ni les urbanistes mais exclusivement les promoteurs, les investisseurs, les banquiers, les landlords, les compagnies privées, etc... Le domaine public, après avoir porté le fardeau d'un contrôle total du territoire pendant plus d'un demi siècle, se désengage peu à peu de la production de la ville et de la création de ses espaces. L'urbaniste est relégué à la gestion des réseaux, à la planification des infrastructures et au traçage de limites entre les « îlots » privées sur lesquelles les promoteurs construisent leurs centres commerciaux ou leurs résidences de luxe



aux noms de rêve (Star city, Château Regency, Free town, The Glory Land, Top Aristocratic, Merlin Champagne Town, Upper East Side, Fortune Plaza, Sunshine 100, St Regis Residence, World City, Top of the World, Richgarden, City Castle Blood and Royalty Apartments, Versailles de Shanghai, Parkview Hyper Castle, etc...). On manque cruellement de logements sociaux ou de moyenne classe. Les infrastructures sont soit insuffisantes soit pensées en termes de rentabilité et non de services. Les îlots privés se suivent et se ressemblent : un mur, un jardin stylisé, des parkings, des piazzas et des blocs d'habitat. L'entrée du parking est une Arche de Victoire, le supermarché un ranch américain et l'appartement une réminiscence d'un intérieur palladien. Ces « cocons » urbains fantaisistes font oublier ce qu'il y a là, juste derrière le mur. L'espace public n'est plus synonyme que d'espace résiduel, d'entre-deux ou de couloir de circulation. Les blocs, murés et gardés à chaque extrémité, sont déconnectés de la substance urbaine qui

les contient.

Le désengagement public et un marché immobilier frisant l'hérésie engendrent une privatisation excessive de l'espace. L'urbanisme de zoning s'évertue obstinément à évincer toute alternative, toute échappatoire à la commercialisation, toute création d'espaces publics gratuits et toute existence du petit, de l'informel et du spontané. Cette ville là, c'est la mort de tout ce qui fait la richesse et le dynamisme de la Chine actuelle. Tout n'est plus que business, tout n'est plus qu'argent, tout a été transformé en produit de consommation. Le dentifrice est un produit, la voiture est un produit, l'art est un produit, l'architecture est un produit, l'espace de vie... est un produit.

Comment vend-on un produit ? On le diffuse, on fait de la pub. Logiquement, **la ville des produits** s'associe à **la ville des publicités**. L'espace urbain chinois est littéralement submergé



Wangfujing_ Pékin



Xidan_ Pékin

d'images, de panneaux publicitaires, de logos, de signes, de néons, de slogans et autres marques en tout genre. Des beautés asiatiques dénudées présentent le dernier shampoing L'Oréal, des façades entières sont recouvertes d'un patchwork de labels commerciaux, des rendus numériques des bâtiments brillants-nouveaux-super-hyper-modernes habités par des gens riches, jeunes et beaux, encerclent les chantiers de construction (destruction ?). « Nous vivons dans un monde d'images » ... nous habitons la ville des images.

La ville des produits impose à l'environnement bâti des obligations d'efficacité et de rentabilité. L'espace doit faire de l'argent. Les façades ou les toits deviennent de possibles revenus pour tout propriétaire qui décide de les céder à la ville des images. Bien que tout cela soit un phénomène global qui se retrouve dans bon nombre de nations, il atteint des proportions déroutantes en Chine. Il est fascinant est de constater avec quelle intensité les imag(in)aires



Nanjing Donglu_ Shanghai



d'un avenir urbain heureux s'immiscent progressivement dans la réalité urbaine. Les images du merveilleux *rêve chinois* et des fictions globales colonisent la ville et ses entre-deux. Les fantasmes de vies riches et luxueuses projetées à chaque coin de rue entérinent les images de la société de consommation comme nouveaux paradigme. A mesure que **l'espace fictionnel et l'espace réel s'entremêlent**, les limites sont brouillées, les perceptions modifiées, les comportements transformés. Dans la ville des images, les notions telles que l'authenticité, ou son inverse, le faux, sont devenues obsolètes.

L'architecture n'est plus qu'un support physique à l'image (façades, toits, murs, de publicités) ou alors s'est

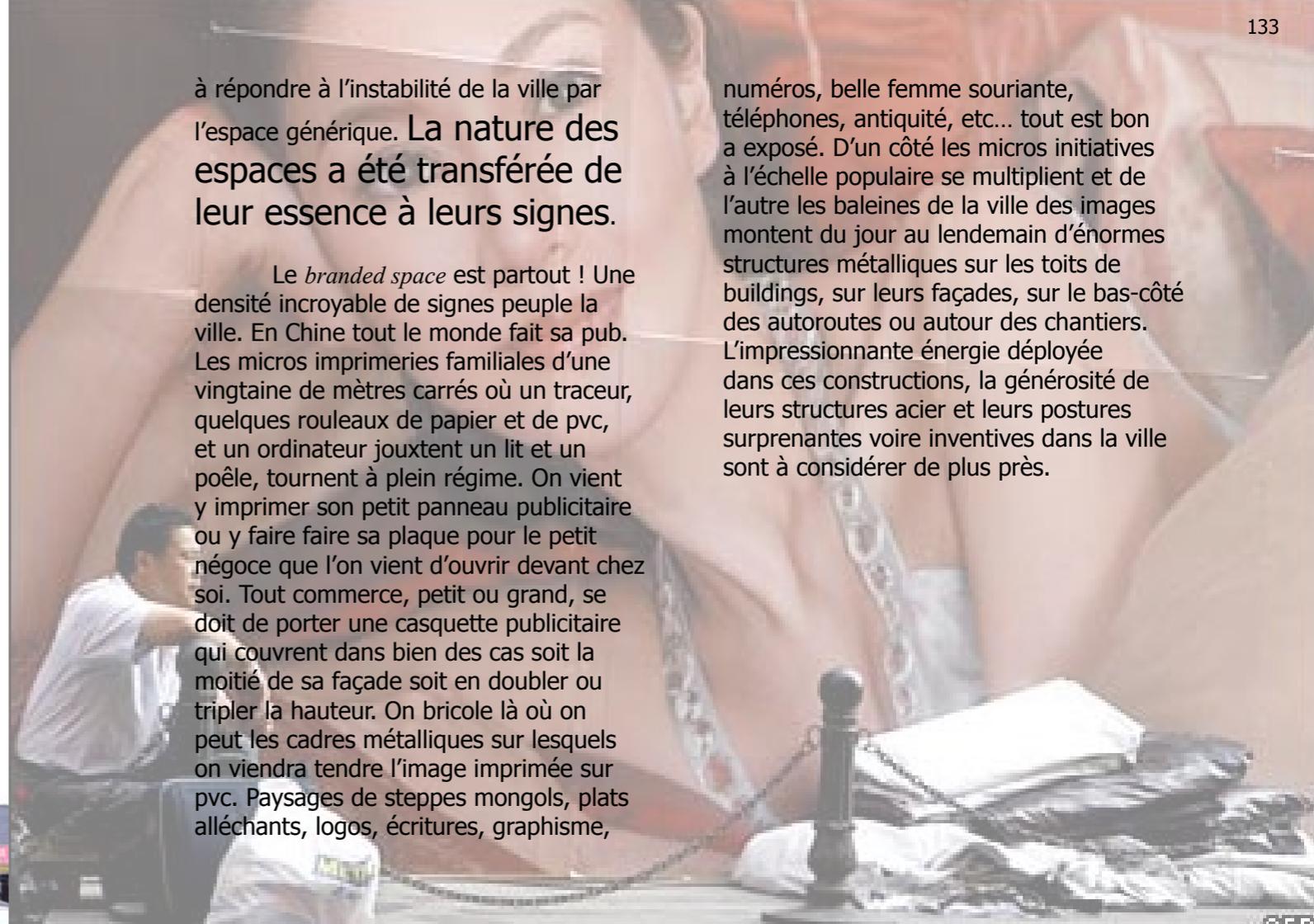
entièrement convertie au point de ne devenir elle-même qu'une image. A-t-elle perdu aujourd'hui tout son sens au point de n'être plus qu'un pur objet de représentation, un artefact uniquement symbolique, une archi-image ? Les techniques d'habillage, de camouflage, de maquillage, de collage de signes, semblent avoir remplacés tout processus et toute pensée architecturale. La gadgetisation et la fragmentation du bâti ont non seulement engendré l'établissement de l'image dans les espaces résiduels mais aussi au premier plan de **l'archi-décorum**. Hors contrôle des architectes, les images sont devenues un des matériaux essentiels de la substance urbaine. La plupart du temps considérés par la profession comme des parasites, ces images dans la ville soulignent pourtant les échecs d'un domaine architectural qui persiste



à répondre à l'instabilité de la ville par l'espace générique. **La nature des espaces a été transférée de leur essence à leurs signes.**

Le *branded space* est partout ! Une densité incroyable de signes peuple la ville. En Chine tout le monde fait sa pub. Les micros imprimeries familiales d'une vingtaine de mètres carrés où un traceur, quelques rouleaux de papier et de pvc, et un ordinateur jouxtent un lit et un poêle, tournent à plein régime. On vient y imprimer son petit panneau publicitaire ou y faire faire sa plaque pour le petit négoce que l'on vient d'ouvrir devant chez soi. Tout commerce, petit ou grand, se doit de porter une casquette publicitaire qui couvrent dans bien des cas soit la moitié de sa façade soit en doubler ou tripler la hauteur. On bricole là où on peut les cadres métalliques sur lesquels on viendra tendre l'image imprimée sur pvc. Paysages de steppes mongols, plats alléchants, logos, écritures, graphisme,

numéros, belle femme souriante, téléphones, antiquité, etc... tout est bon a exposé. D'un côté les micros initiatives à l'échelle populaire se multiplient et de l'autre les baleines de la ville des images montent du jour au lendemain d'énormes structures métalliques sur les toits de buildings, sur leurs façades, sur le bas-côté des autoroutes ou autour des chantiers. L'impressionnante énergie déployée dans ces constructions, la générosité de leurs structures acier et leurs postures surprenantes voire inventives dans la ville sont à considérer de plus près.







Pékin



Hong Kong



Canton



Pékin



Kunming



Pékin



Hong Kong



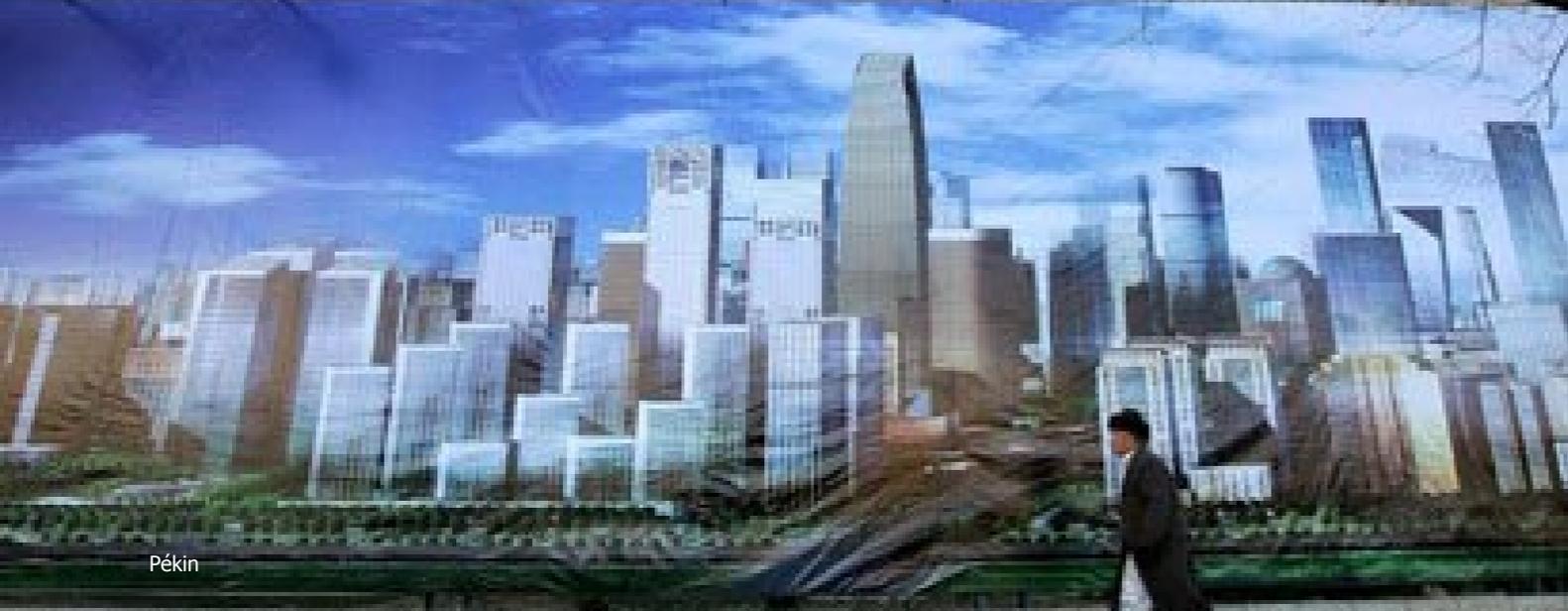
Chongqing





«Laughing city»_ Xu Yi Xing, Pékin





Pékin



Wuhan



Urumqi



Pékin



Hong Kong



Hong Kong



Pékin



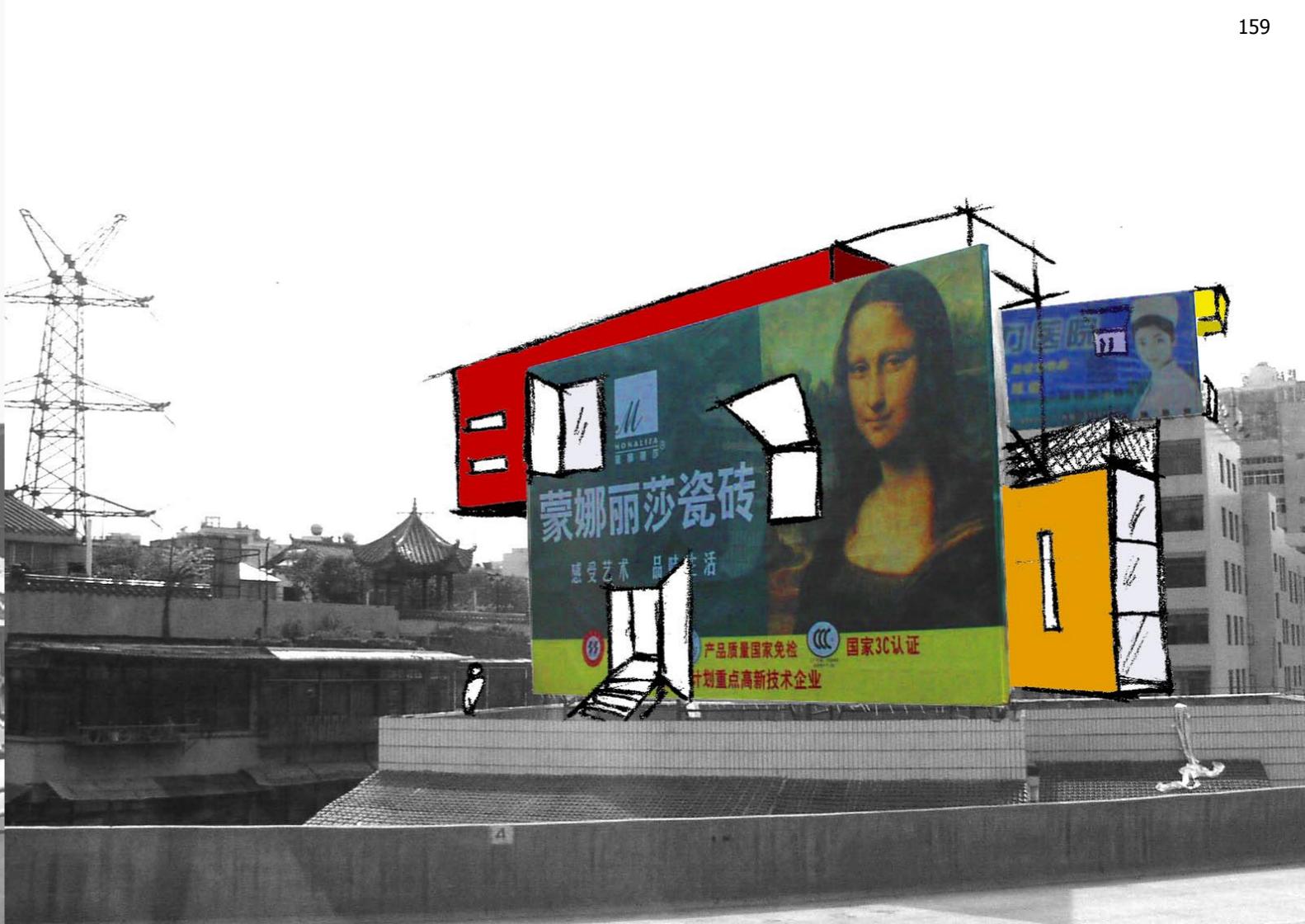
Pékin





Des espaces résiduels quasi-clandestins émergent derrière le décorum, dans ses coulisses structurelles. Le fait qu'aujourd'hui le panneau publicitaire gaspille beaucoup d'espace, d'efforts, de matériaux et de possibilités en appelle à la renégociation. Il est malgré-lui une architecture potentielle. Ses espaces et son usage monofonctionnel de surface verticale de représentation sont en attente de **subversion architecturale** et d'activation. Pourrait-on réinvestir le verso de l'image et transformer ce qui était une structure en une infrastructure ? Un lieu de résurgence architecturale ? **Comment vivre derrière l'image ?** Comment vivre dedans ? Comment y réintroduire du sens, de l'usage et du programme ? Comment convertir le panneau publicitaire en autre chose qu'un simple objet de représentation ? Pourrait-on imaginer une architecture d'additions reconquérant les structures existantes ? Ou, pourrait-on développer des panneaux publicitaires hybrides et créer des typologies croisées ?

De nouveaux modes d'habiter la ville et d'utiliser ses potentiels pourraient être promus. Maisons-PUB, commerces-PUB, salons de massage-PUB, kiosks-PUB, toilettes publiques-PUB, bars-PUB, Ciné-PUB, hôtel-PUB, etc... Si les architectes s'engageaient de façon constructive avec ce qui est encore perçu comme des parasites urbains, des solutions surprenantes et efficaces pourraient voir le jour et... peut-être réinjecter un peu de sens dans la ville des images.









©HINA EN CONSTRUCTION

400 Nouvelles villes de + d'1 000 000 d'habitants d'ici 2020

Shanghai 1985 : 1 gratte ciel

2006 : **+ de 4000** grattes ciel (2x New York)

930 000 000 tonnes de ciment par an

+ 22% par an de croissance du marché de l'immobilier

20 138 492 319 m² en construction en 2006

2 774 537 610 000 yuan par an investit dans le secteur de la construction

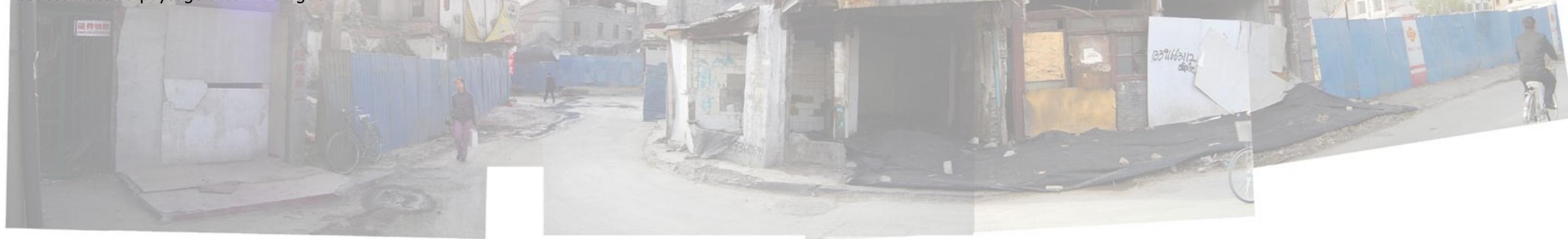
20 000 000 nouvelles unités d'habitations par an

La Chine est en chantier. La ville est littéralement criblée de poches en transition où des milliers d'ouvriers s'affèrent soit à détruire et soit à construire. Les monolithes verts (résilles de chantier anti-poussière), les grues, les engins, les palissades, les ouvriers portants à la main de fers à béton de 25m de long, mais aussi les quartiers en ruine où des hommes perchés sur les murs au milieu des gravats, martèlent, à la masse, les quelques éléments qui restent encore debout, sont devenus parties intégrantes et assumées du paysage urbain. La ligne

de conduite est simple : faire table rase d'un tissu urbain qui pour les chinois est synonyme d'arriération et y reconstruire le nouveau visage d'une Chine moderne toute acquise à la cause du **neuf**, du **grand**, du **propre** et du **contrôlé**. Dans l'état actuel des choses, les questions fondamentales que posent une telle mutation n'ont pas lieu d'être, le profit et le gargantuesque règne, il faut tout et tout de suite. La ville et ses habitants se sacrifient à la cause du développement, l'instant historique est trop important.

On vit dans la ville de l'entre-deux. On traverse un vieux quartier où un véritable sentiment de vie et d'activité se mêle encore à une informalité exacerbée. La rue débouche sur un no man's land où décombres, vestiges, vendeurs ambulants et travailleurs se côtoient. On longe un panneau publicitaire derrière lequel les grues et les mains s'affèrent 24h/24. On traverse une artère de deux fois trois voix où deux roues, trois roues, quatre roues et six roues défilent inlas-

sablement pour finalement se retrouver au pied d'une tour de verre où golden boys, personnel de sécurité et vendeurs de DVD à la sauvette se croisent sans se voir. La richesse extraordinaire de ce patchwork urbain temporaire s'oppose nettement à ce qui est présenté comme son aboutissement. Que se soit en comparant l'ancien et le nouveau tissu urbain ou en observant la vitalité des lieux en transition par rapport à leur finalité deux visions s'entrechoquent : la **fertilité** et la **stérilité**.



CAMPAGNE



PAYSAN

60% de la population (800 millions)

Revenu moyen 300 yuan / mois



EXODE

"La survie au village devient quasi-impossible, on part !"

Entre 150 et 200 millions de migrants irriguent les villes de main d'oeuvre bon marché. Clandestins dans leur propre pays (hukou), ils sont considérés comme des citoyens de seconde zone.



VILLE



OUVRIER

Revenu moyen 953 yuan / mois
 En dépense la moitié pour (sur)vivre en ville
 Insécurité et dangerosité du travail
 Accès au logement, à l'hygiène et aux soins incertains

Dortoirs ou autre logement loué
 en ville ou à sa périphérie



Logements temporaires préfabriqués



Campements et abris de fortune



The Population Left Behind: China's Rural Population

A Nation of Prosperity: The Cities of China

Signs of China's growing prosperity and modernity can be seen through out the nation's cities; skyscrapers, newly completed highways, airports, and bridges span across cityscapes.

- China's economy has doubled since 1990 at an annual rate of **9.3%**
- Direct foreign investment has grown on an average of 24% a year.
- The incomes of big city residents such as in Beijing and Shanghai have grown consistently in recent years
- The rising middle class can afford mobile phones, cars, apartments, and vacations to other destinations in the country.

However, the majority of the population is not benefiting from China's modernity; **800 million Chinese are peasants.**

Rural Society:

- China has only 7% of the world's arable land. There are approximately 800 million peasants in China's countryside; there are inadequate employment opportunities for so many people.
- The supply of labor has increased dramatically in both rural areas and urban settings due to migrants and has completely surpassed the demand.
- The nation's **economic success has not reached the rural population**; the earnings of farmers have remained the same over the past eleven years or have plummeted.
- Flooding and drought, which often come unexpectedly, are a constant threat to farmers; the **survival** of most rural families depends on agricultural sales.

The 150 Floating Million: Labor and Abuse

- Rural migrants flock to cities to perform menial jobs that are usually unwanted by city residents. They do manual labor such as

construction work

painting

garbage and human waste recycling

water delivery

vegetable sales

Each of these occupations is vital to city life.

- Migrants who are used for cheap manual labor are faced with incredibly **low wages and no job security.**
- The laws regarding migratory workers do not protect them from being fired
- Safety regulations are many times ignored and the workers receive no health insurance.
- It is also common for construction agencies, both government and private owned, to withhold wages for months at a time. Last year construction agencies owed thousands of yuan to their employees, a total of twelve month's wages.
- It is common for employers say they will pay their employees after one full year and then fire them after working eleven months; there are neither laws against this practice nor laws ensuring the worker's pay.
- **To legally live and work in the cities, migrants are required to have residency, employment, and home-town permits.**
- Each year thousands of migrants found without permits are picked up, fined, and sent home. If the migrant cannot pay the fine, he or she is sent to a forced labor detention center for a period of time.
- This system was created in 1982.
- The New York Times reported on April 2004 that Shanghai's economy alone rivals that of Portugal, while the country's western provinces barely level with Senegal and Uganda.
- China's health care facilities are ranked 144th in the world by the World Health Organization, after India, Indonesia, and Bangladesh
- Every March, peasants flock to Beijing to petition the government for aide.

EXTRAITS

-Dans le dortoir de l'usine où elle travaille, Yang Ping, une « migrante » chinoise de 30 ans originaire du Hubei, a pour seul coin d'intimité l'espace entre la couchette du haut et celle du bas. Elle a recouvert la paroi d'un poster de salle à manger de style occidental et fixé un rideau.

-the floating population" (Liudong renkou), the "tide of rural workers" (mingong chao), "blind drifters" (mangliu), or "outsider population" (wailai renkou)

- making money and getting rich in the cities are the migrants' primary goals

-dirty and dangerous jobs that most urbanites are unwilling to take, such as construction, house-maiding, manufacturing, and scrap collecting. Constrained by the financial conditions and governmental prohibitive policies, most migrants rented cheap accommodations in suburban areas, stayed at dormito-

ries provided by their employers, or simply resided in temporary shelters on work sites

-"Their [the rural people's] thinking, morality, language, and customs are all different; their quality is inferior. The places they inhabit are very likely dirty places. ... They [the rural people] lack a concept of public morality..." (Wang and Hu, 1998:72).

-44% of the floating people in Shanghai and 70% of the migrants in Guangzhou had not registered as temporary residents

- first arrive at the cities, they usually live in a murky residence of suburban neighborhoods

-The majority of permanent residents living at the urban outskirts are also rural households, but with more connection and access to the urban resource. Most houses in the suburban neighborhood are owned by local people. When the initial rural migrants looked for available settlement in the early 1980s, they rented surplus rooms for side-income

-There are mainly four kinds of residential arrangements for the rural migrants after they get hired or begin to conduct a business: living at the working sites; housing provided by the employers; rented accommodation and building up their own settlement

-There are six trades for which the migrants are usually working in the cities: construction, manufacturing and garment industry, house-maiding, commercial service, begging and scrap collecting and small business

-90% of construction workers in the cities are peasant migrants (Zhongguo Zhengjian Bao, 2005).

Many rural workers live in a group of temporary shanties or crude shacks built by bricks, wood and bamboo besides the construction site. The living space normally is overcrowded. Lack of governmental standard and supervision, the shanties always contain twenties or thirties people per room. In many cases, a number of rural workers sleep on a wide bed to maximize the living space; while in some areas,

the workers also use multiple-layer beds.

-Without the legal status of urban resident, these workers are excluded from city's service of water, electricity and natural gas. To meet the basic living needs, the construction firms usually allow the rural workers to share the electricity and water supplies, which are used especially for construction despite their quality below the civic standards

-A report showed that in a Beijing factory, one toilet serves for more than six hundred people (Solinger, 1999: 121).

- In a restaurant, the male workers sleep in the dining area when the business is closed; while the female workers will live in storage rooms or temporary rest rooms, which can be locked. For example, Li describe a male worker's life in a restaurant: "I could not afford the rented room outside. It's just a place for sleeping. I live at the restaurant. So, I do not need to get up so early since I just sleep here. Every night, I mop the floor, move tables around and settle a bed between tables. I can take a

shower and wash my clothes at the bathroom. So it's fine for me." (Li and Huang, 2005)

- beggars or scrap collectors at daytime and average people at night. For these being unable to rent a room, they often build their sheds inserted in the urban areas, such as hidden back street, tunnels, under bridge, abandoned buses and behind public space. The building materials are cardboard, broken bamboo or torn plastic, most of which come from their daytime collecting.

-In Beijing's "Zhejiang village", the Zhejiang migrant businessmen initially build new additions along the original structures. Then, several businessmen cooperate together for constructing a larger housing compound to accommodate migrant businessmen families and their employees

- Both kinship alliance and native-place network are crucial for migrants in choosing their destinations, share information, starting journey, dwelling in the cities, obtaining job and learning surviving skills

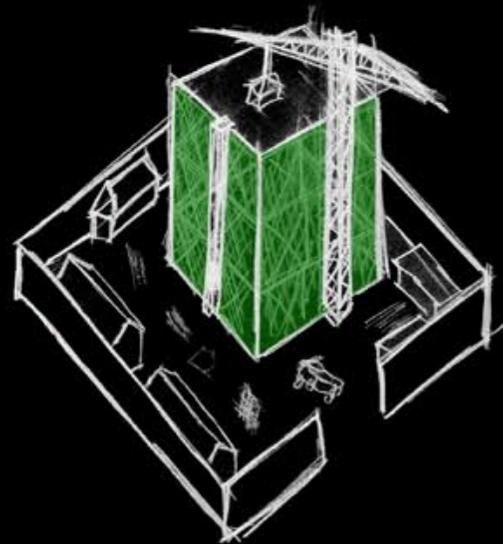
- By the end of 1980s, many stable migrant communities were thriving on the outskirts of Chinese major metropolitans. For example, there were four large communities in Beijing created by migrants from Zhejiang, Anhui, Henan and Xinjiang provinces

-Lack of governmental efficient management, an informal administrative group on the basis of extended kinship network is formed. This group, called Bang in Chinese, is usually consisted of several migrant business leaders and their followers

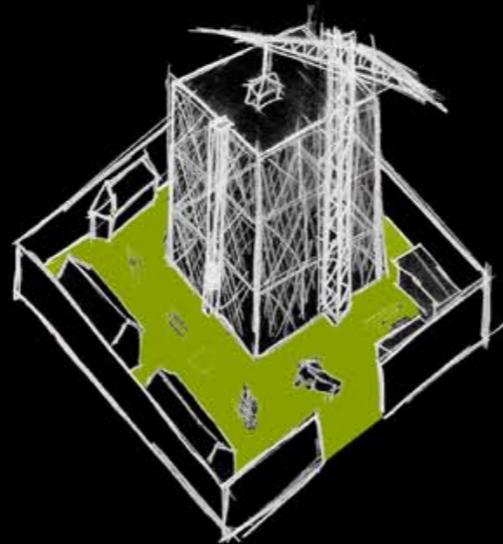
- When the rural migrants first arrive at the cities, there is only inferior and poor quality of living space available for them, which reinforces the feeling of the subordinate citizenship to the urban population



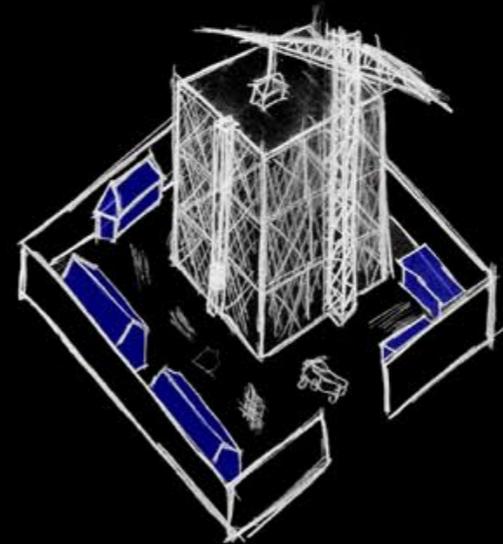
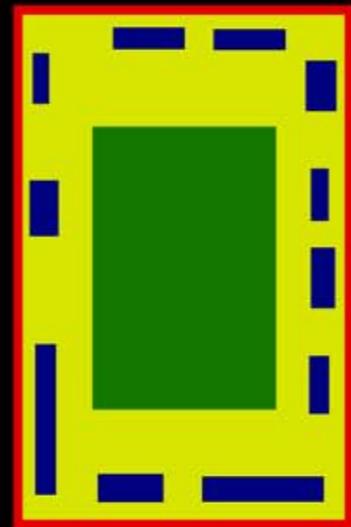




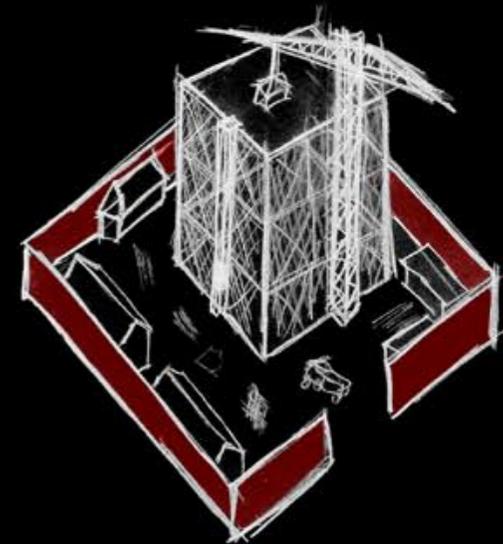
Bâtiment en construction



Entre-deux : stock,...



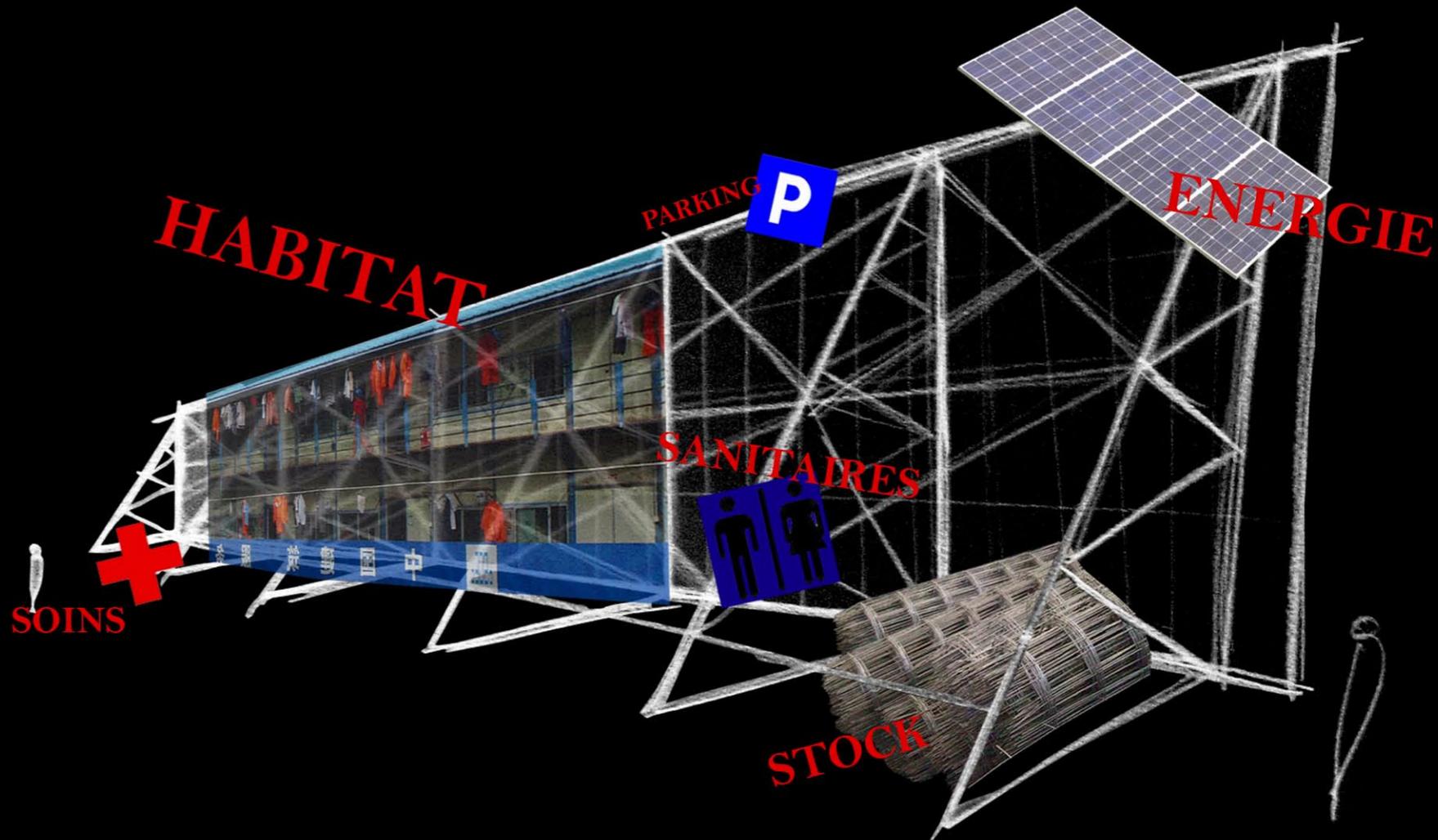
Logements ouvriers



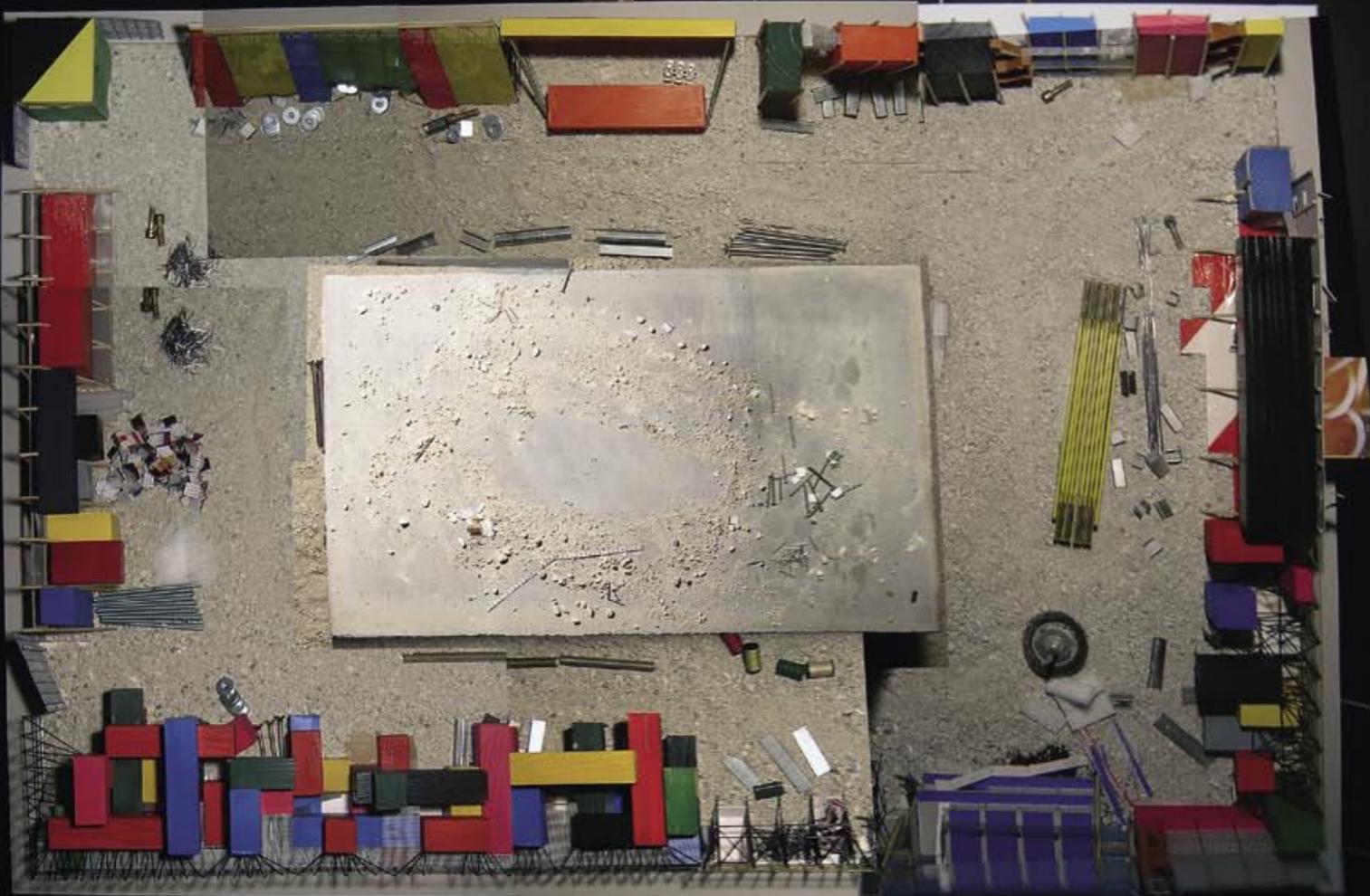
Panneaux publicitaires



de la
STRUCTURE
à
l'INFRASTRUCTURE







CHANTIER

En Réaction à l'extrême précarité dans laquelle vit la population flottante à qui on demande littéralement de construire la nouvelle Chine tout en la dénigrant, l'architecte s'est mis en chantier.

Une maquette a été réalisée directement dans un processus manuel de «

faire » sans qu'il n'y ait de dessins préalables. La situation de base est un site en chantier où l'objet en construction s'élève comme un totem en plein milieu du terrain (l'éternelle tour et son parvis...). La couronne de panneau publicitaire en périphérie est

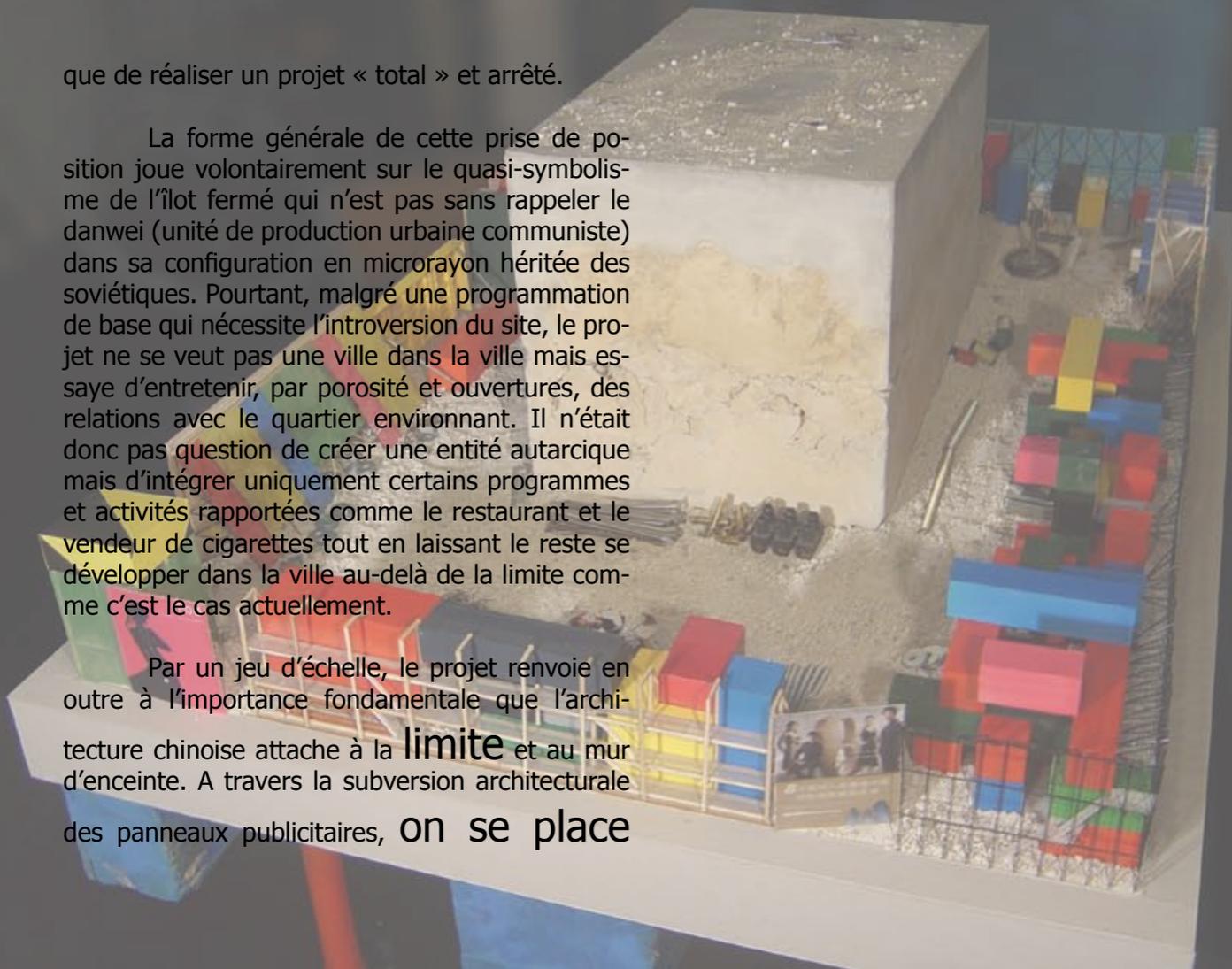
constituée d'une juxtaposition d'**expéri-**

mentations qui sont plus de l'ordre de l'illustration que du projet ou du modèle. En ce sens, il était important pour ce travail de tenter d'ouvrir le champ des possibles plutôt

que de réaliser un projet « total » et arrêté.

La forme générale de cette prise de position joue volontairement sur le quasi-symbolisme de l'îlot fermé qui n'est pas sans rappeler le danwei (unité de production urbaine communiste) dans sa configuration en microrayon héritée des soviétiques. Pourtant, malgré une programmation de base qui nécessite l'introversion du site, le projet ne se veut pas une ville dans la ville mais essaie d'entretenir, par porosité et ouvertures, des relations avec le quartier environnant. Il n'était donc pas question de créer une entité autarcique mais d'intégrer uniquement certains programmes et activités rapportées comme le restaurant et le vendeur de cigarettes tout en laissant le reste se développer dans la ville au-delà de la limite comme c'est le cas actuellement.

Par un jeu d'échelle, le projet renvoie en outre à l'importance fondamentale que l'architecture chinoise attache à la **limite** et au mur d'enceinte. A travers la subversion architecturale des panneaux publicitaires, **on se place**

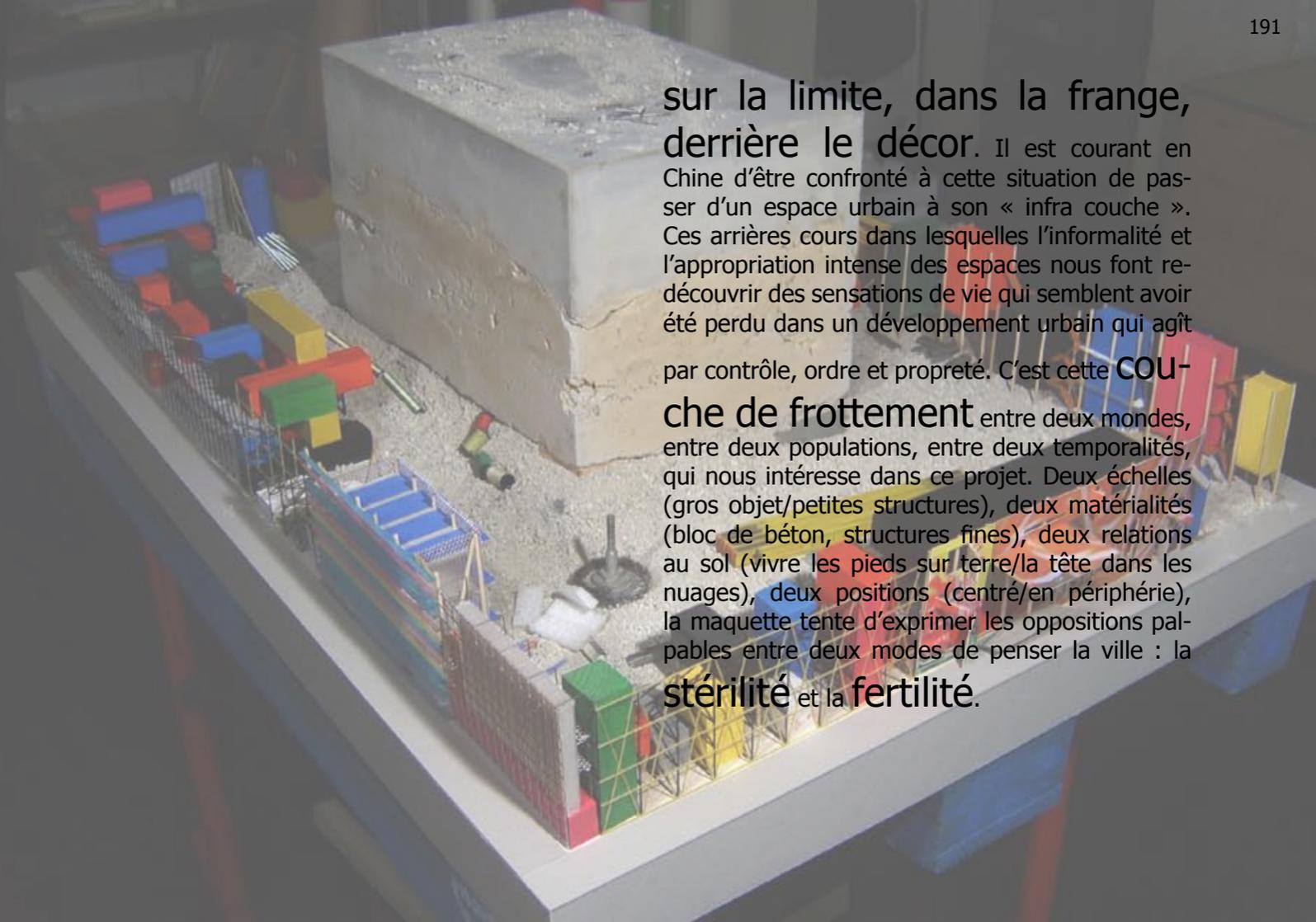


sur la limite, dans la frange, derrière le décor. Il est courant en

Chine d'être confronté à cette situation de passer d'un espace urbain à son « infra couche ». Ces arrières cours dans lesquelles l'informalité et l'appropriation intense des espaces nous font redécouvrir des sensations de vie qui semblent avoir été perdu dans un développement urbain qui agit

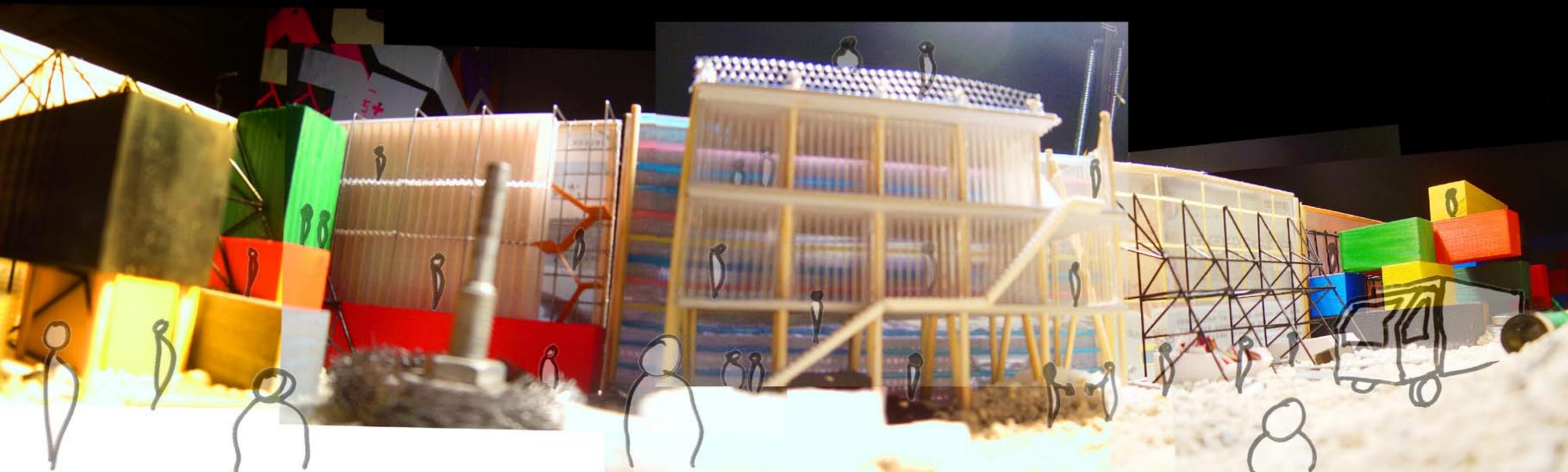
par contrôle, ordre et propreté. C'est cette **COU-**

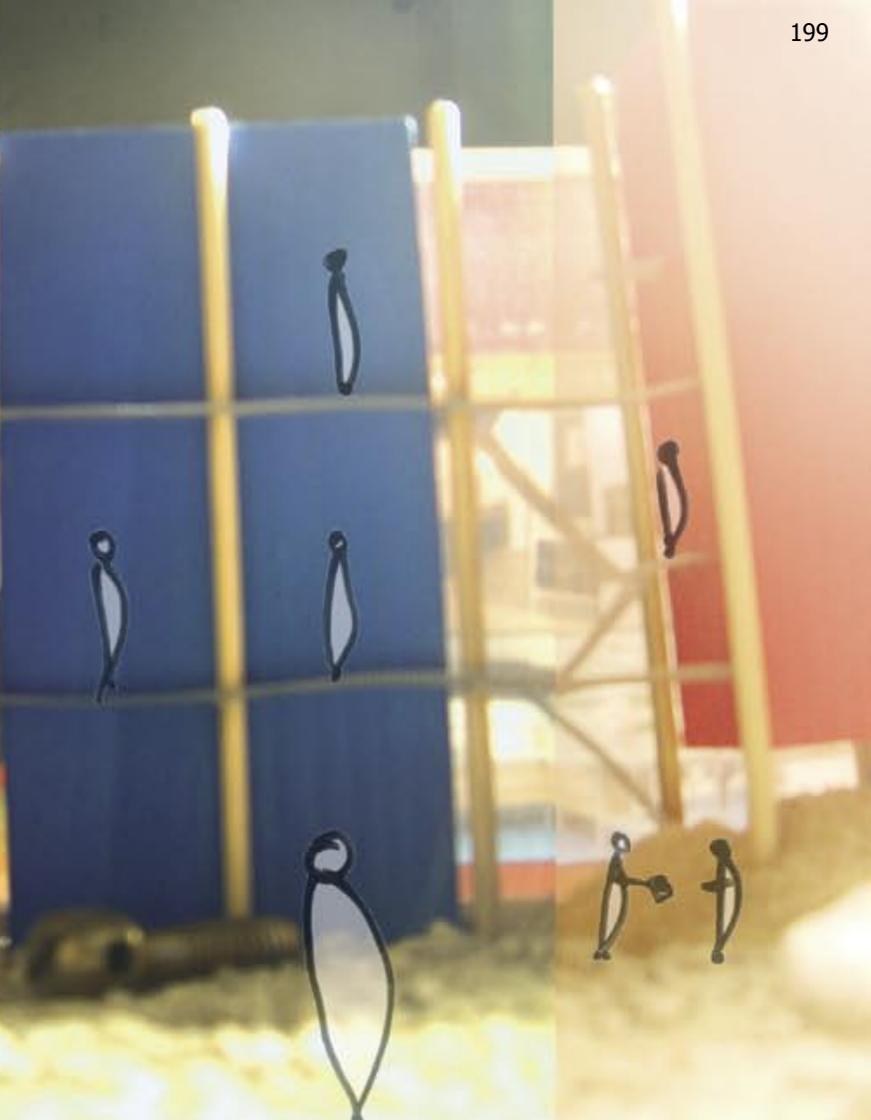
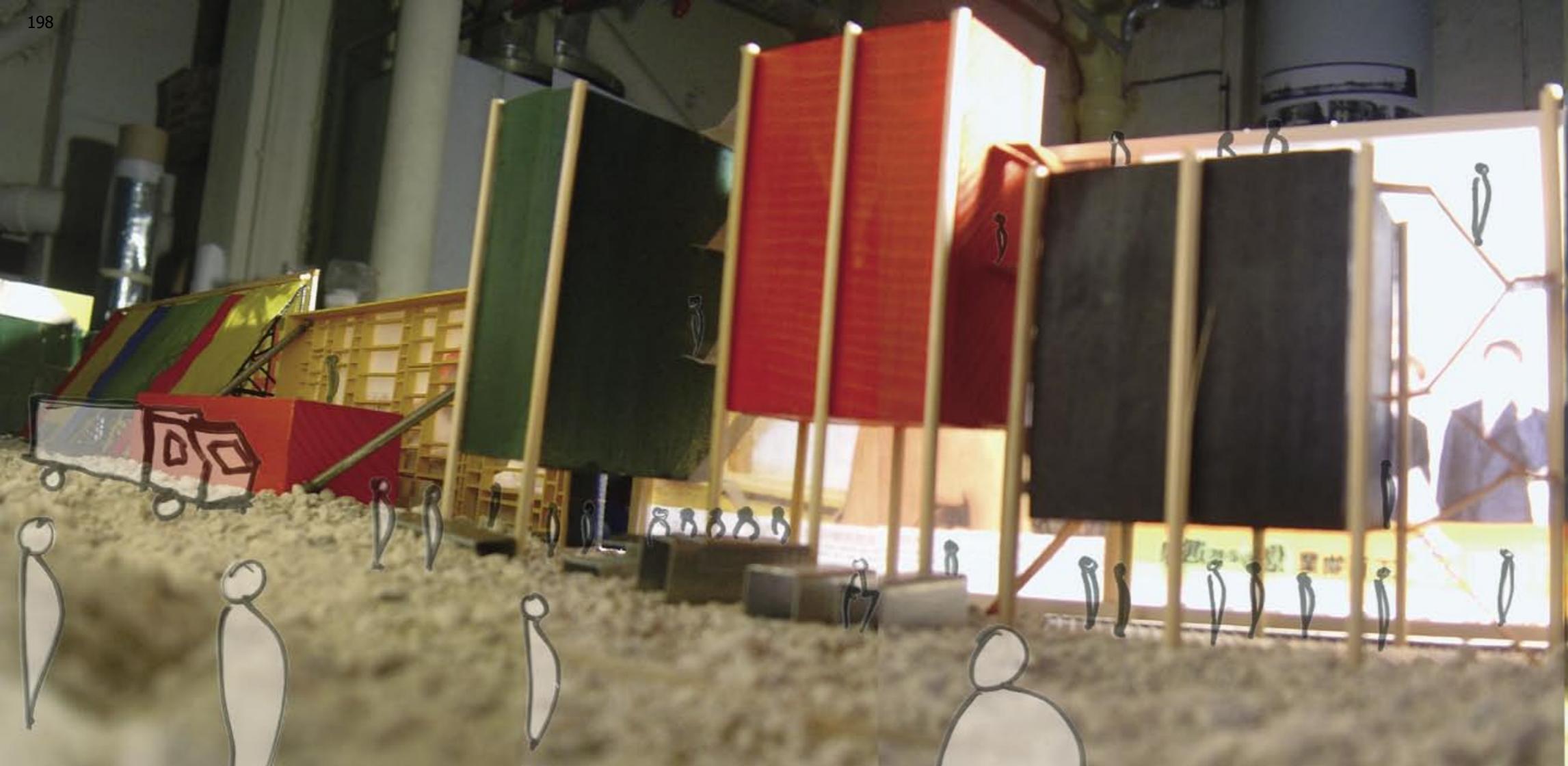
che de frottement entre deux mondes, entre deux populations, entre deux temporalités, qui nous intéresse dans ce projet. Deux échelles (gros objet/petites structures), deux matérialités (bloc de béton, structures fines), deux relations au sol (vivre les pieds sur terre/la tête dans les nuages), deux positions (centré/en périphérie), la maquette tente d'exprimer les oppositions palpables entre deux modes de penser la ville : la **stérilité** et la **fertilité**.











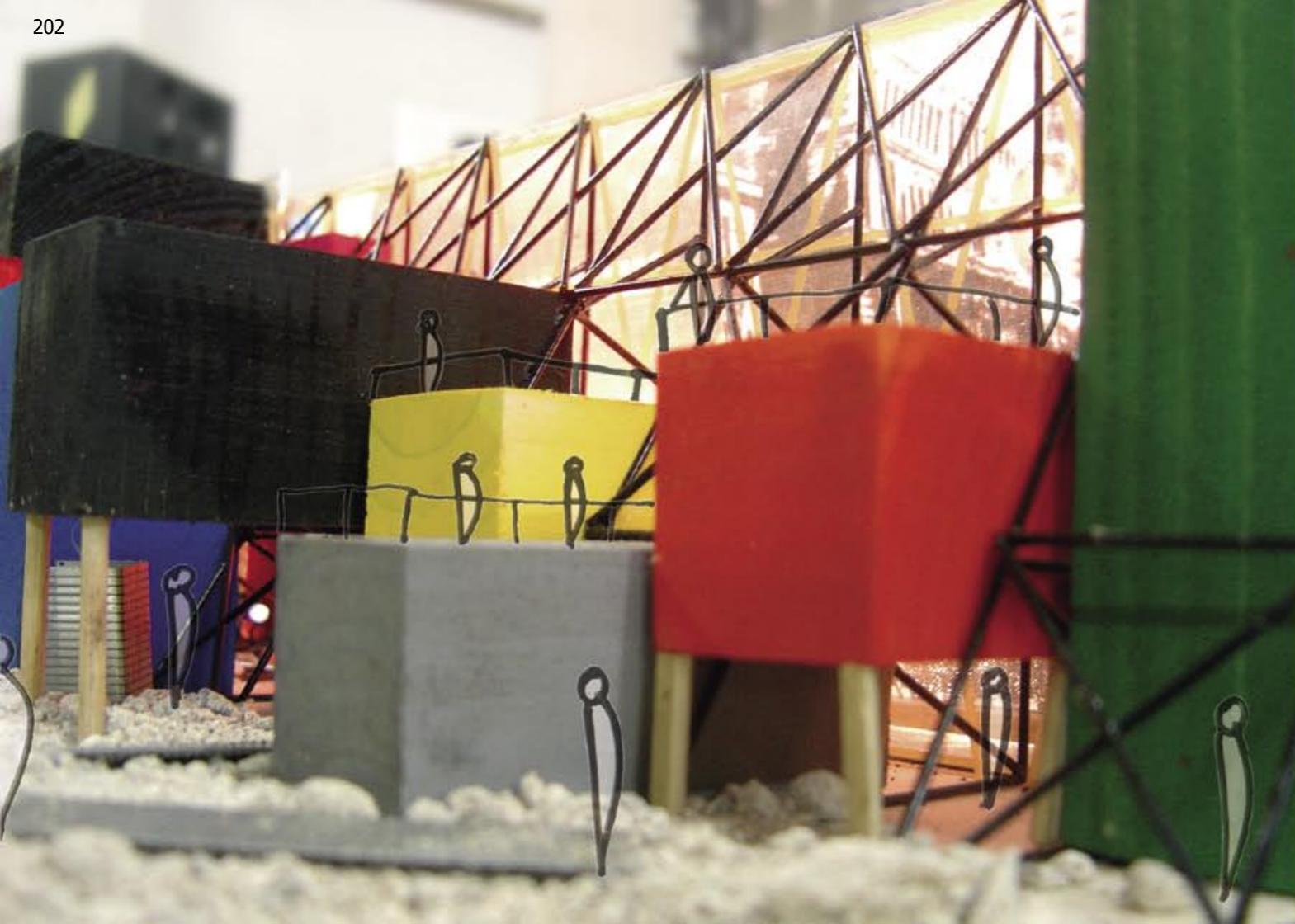


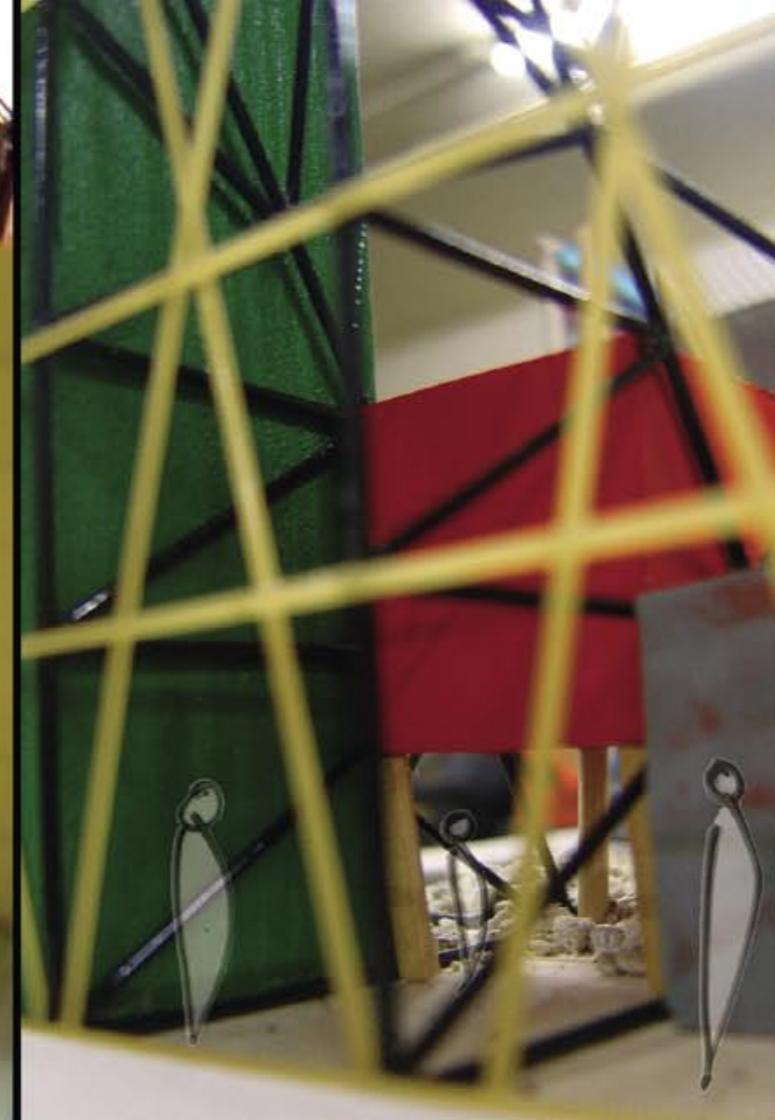
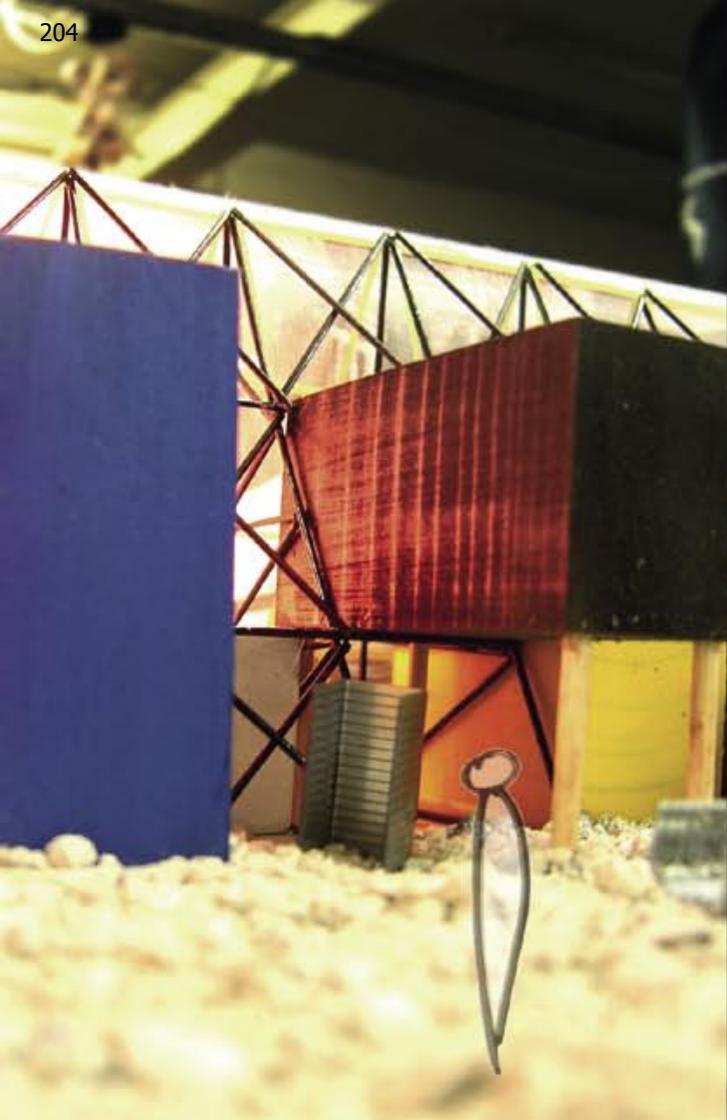
PanneaU haBité #1

Les blocs d'habitat se glissent dans une structure fine (habituellement utilisée pour les panneaux publicitaires) et participent à stabilité

L'entre-deux dans le mikado d'acier s'approprie comme une arrière cour







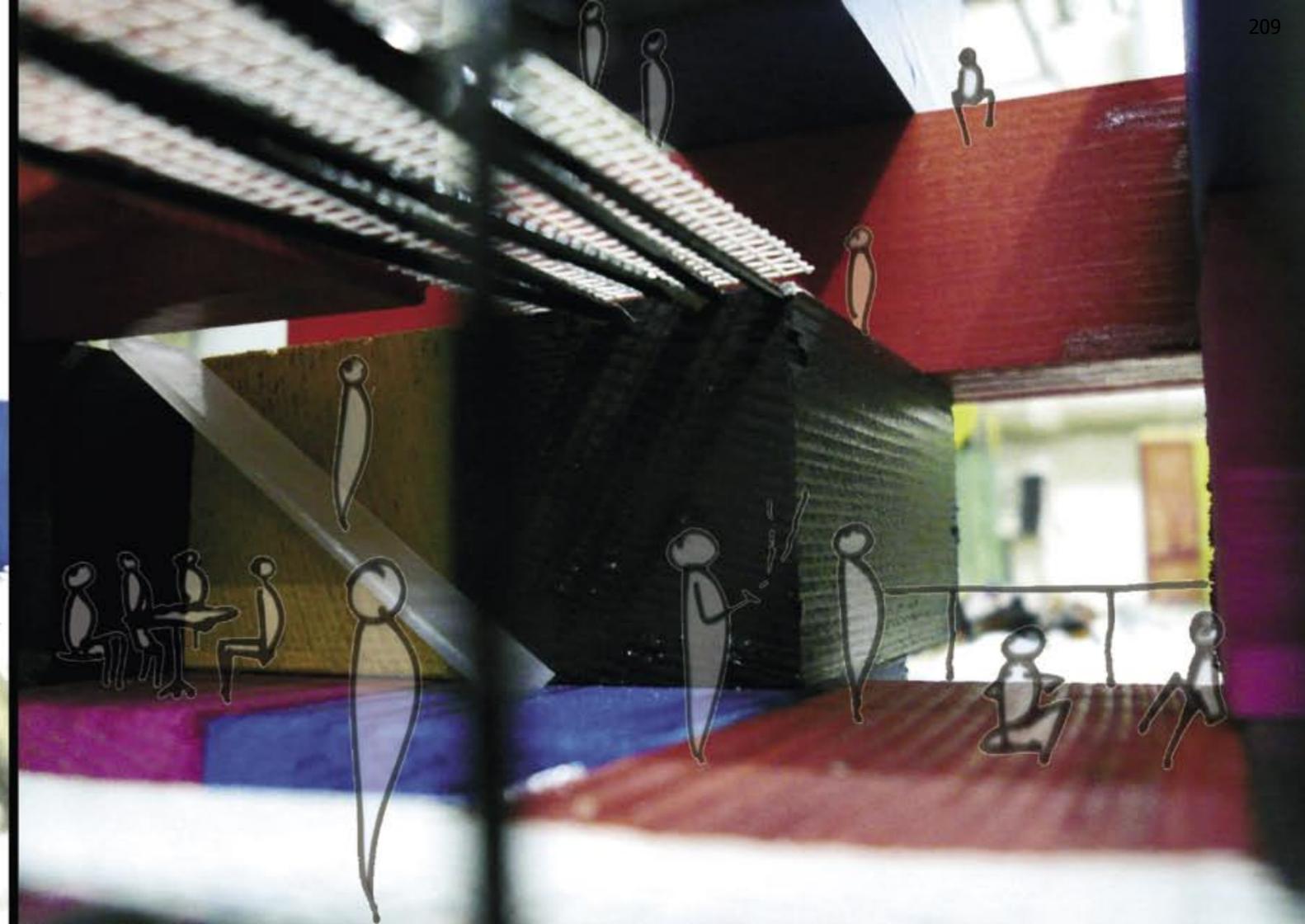


PanneaU haBité #2

Assemblage de structures autoportées de type containers qui retient littéralement le panneau par triangulation horizontale

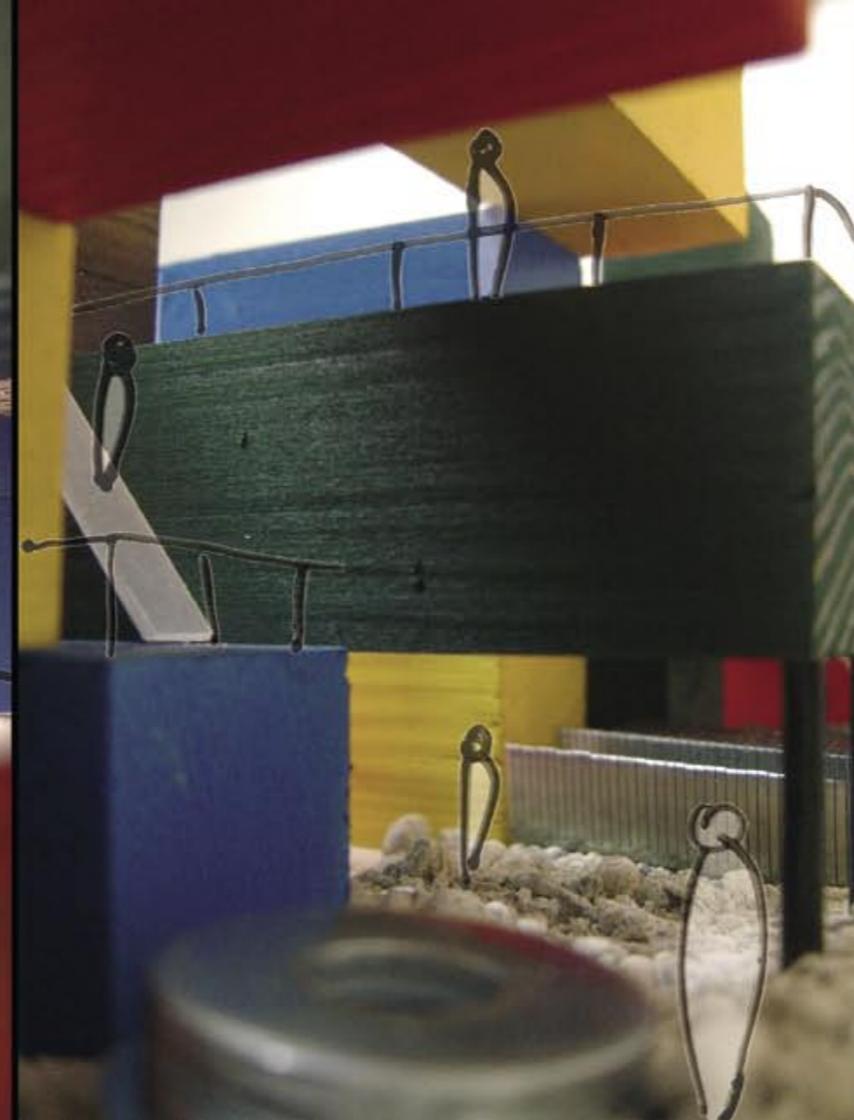
L'espace d'entre-deux créé par cette triangulation est collectif et généreux. Les deux entités sont entrelacés

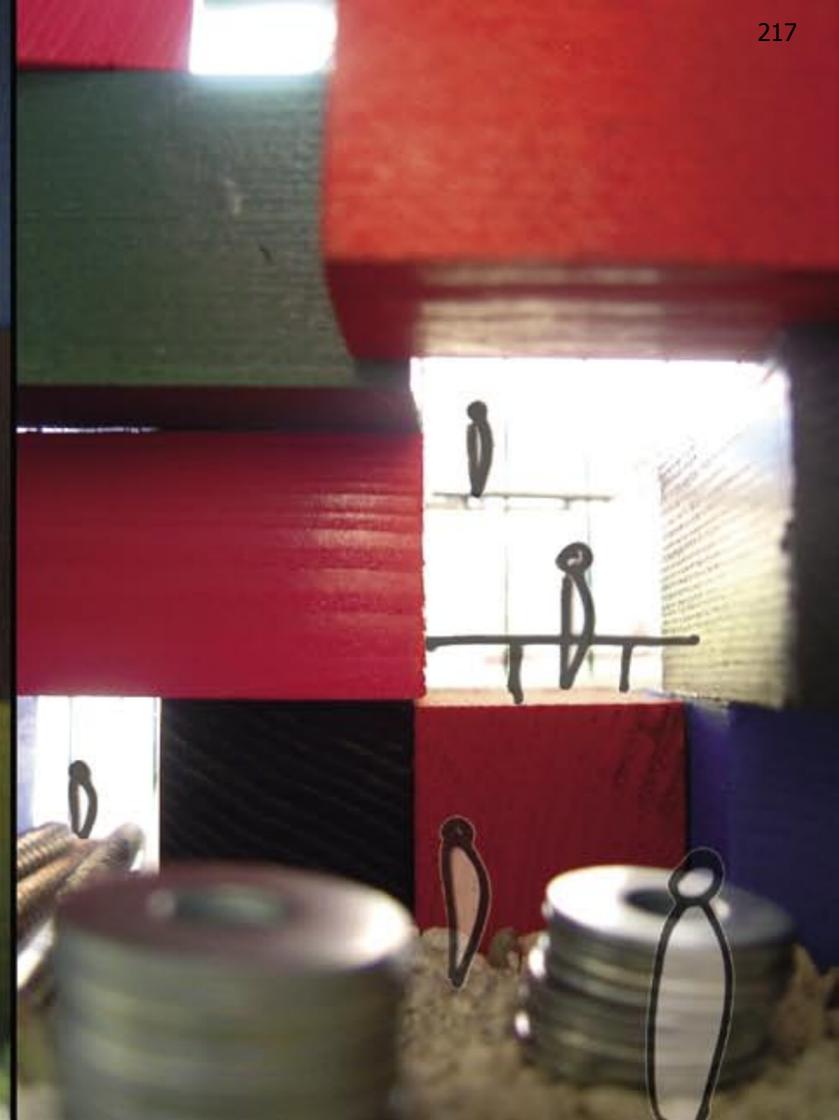
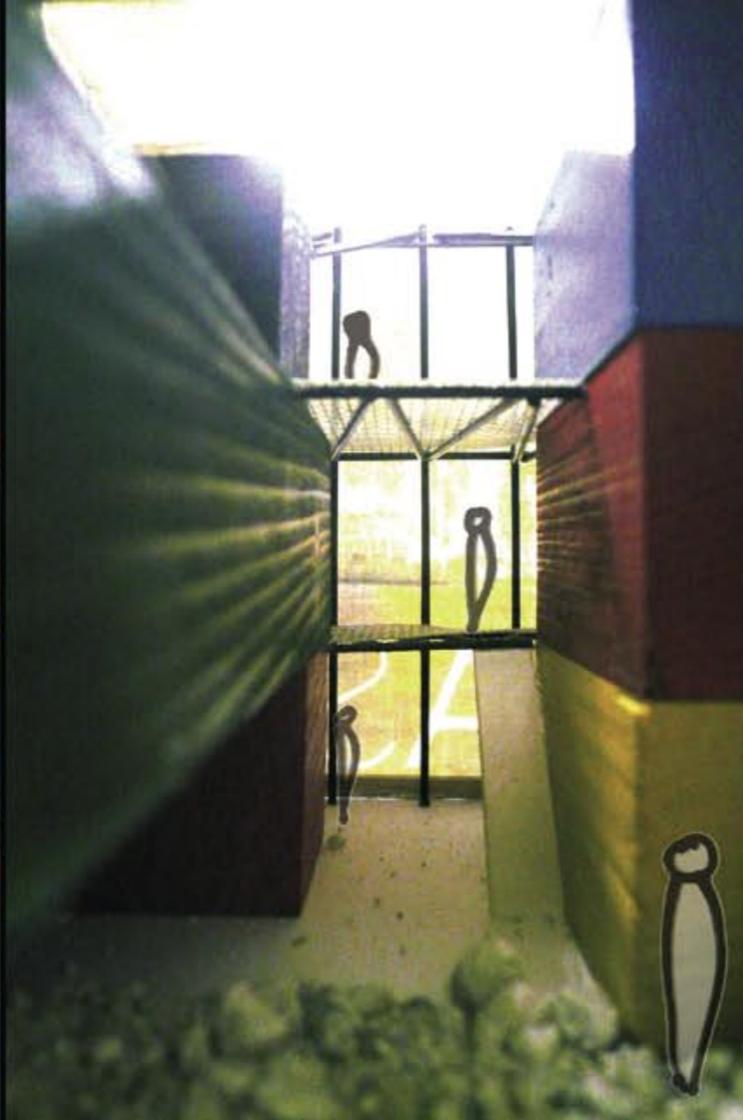
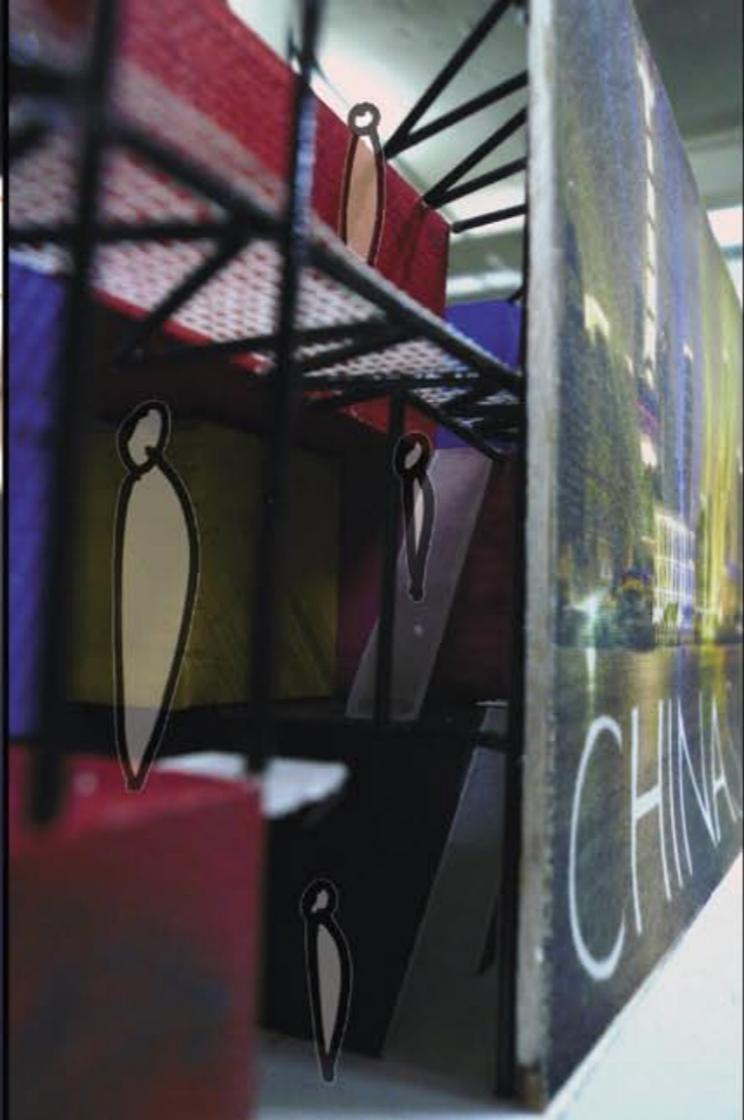














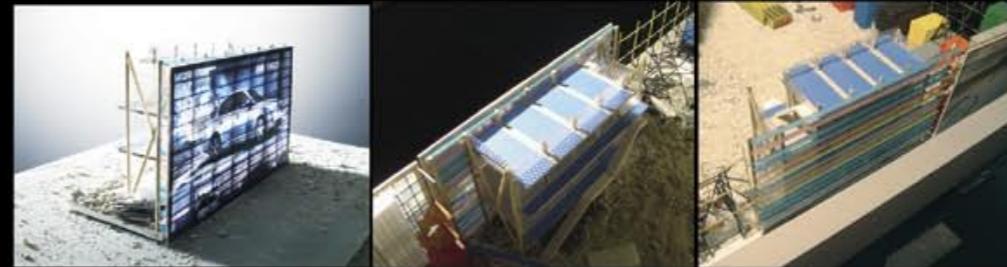
PanneaU haBité #3

Des conteneurs ouverts (déchets ou stock)
se glissent dans les espaces résiduels
de la structure

Des portes s'ouvrent dans le panneau
pour que des véhicules puissent passer,
livrer, récupérer, se garer, etc...



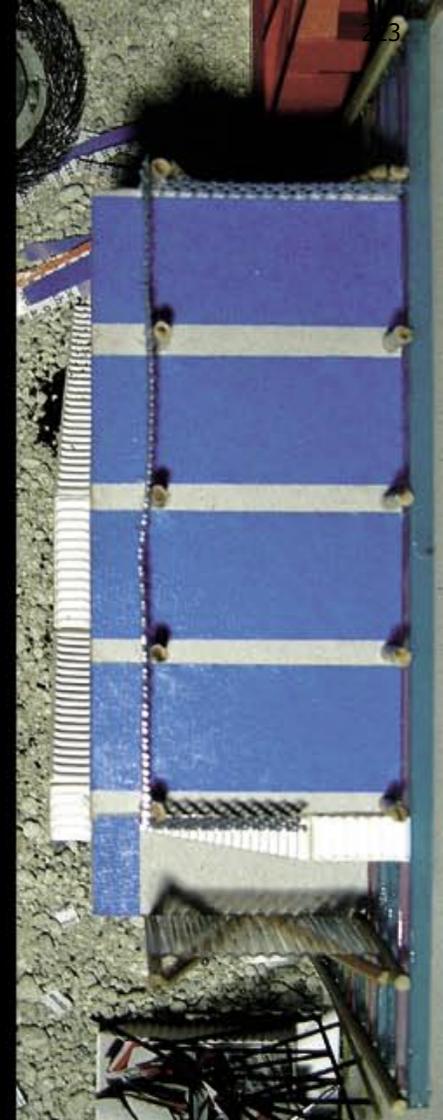
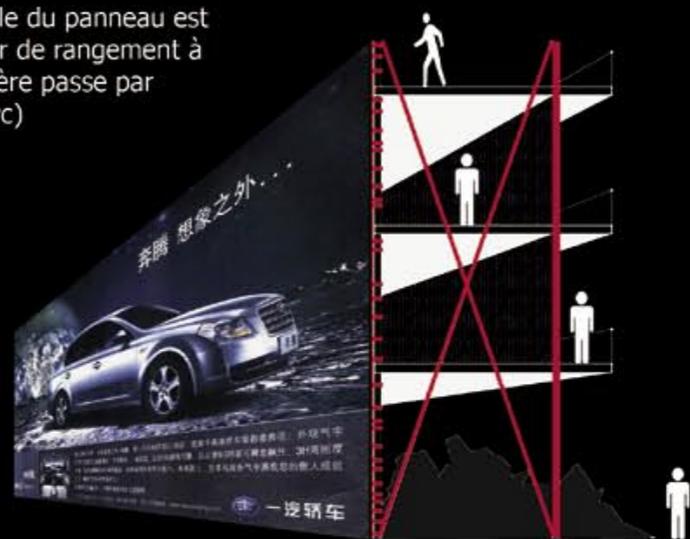


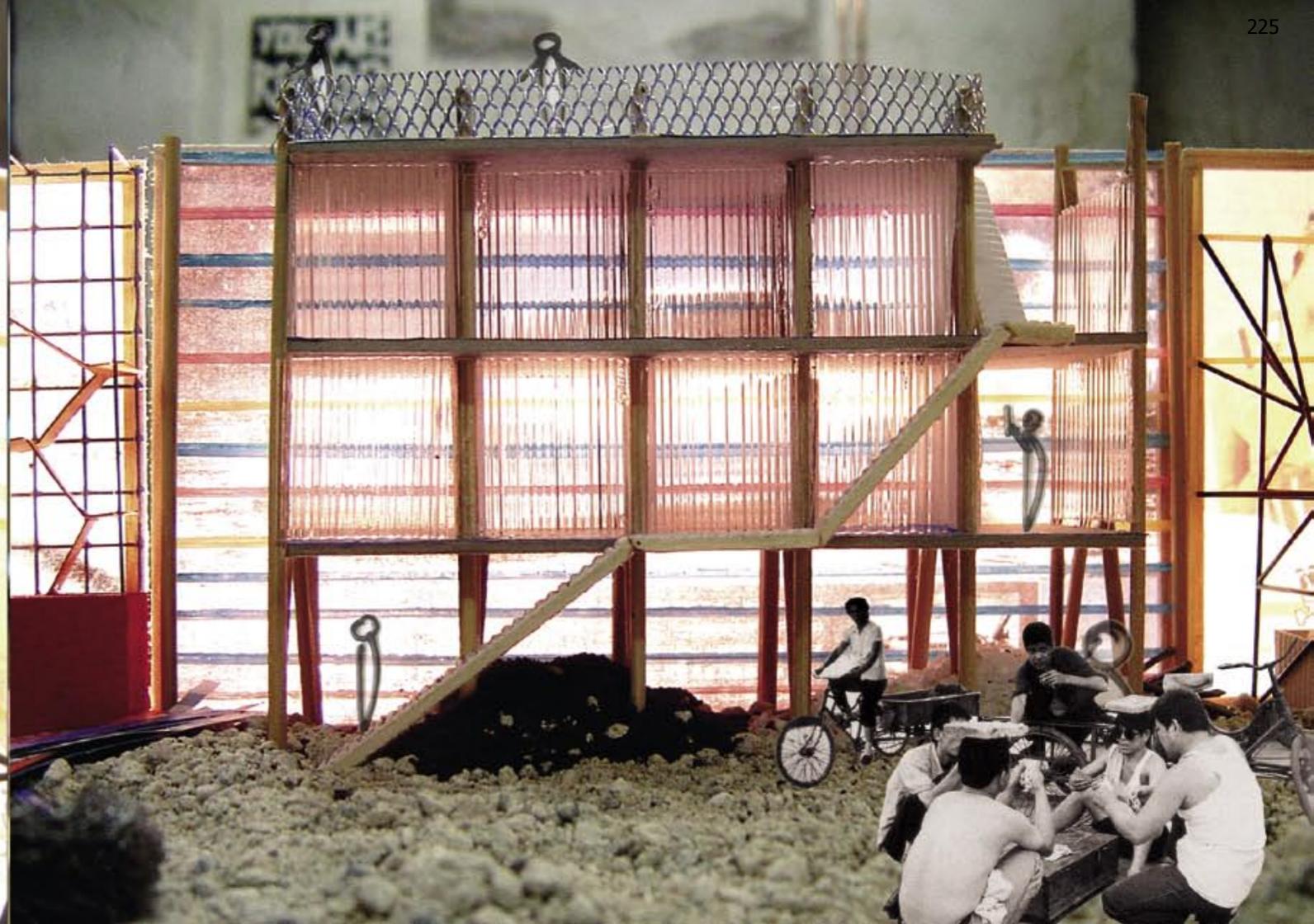
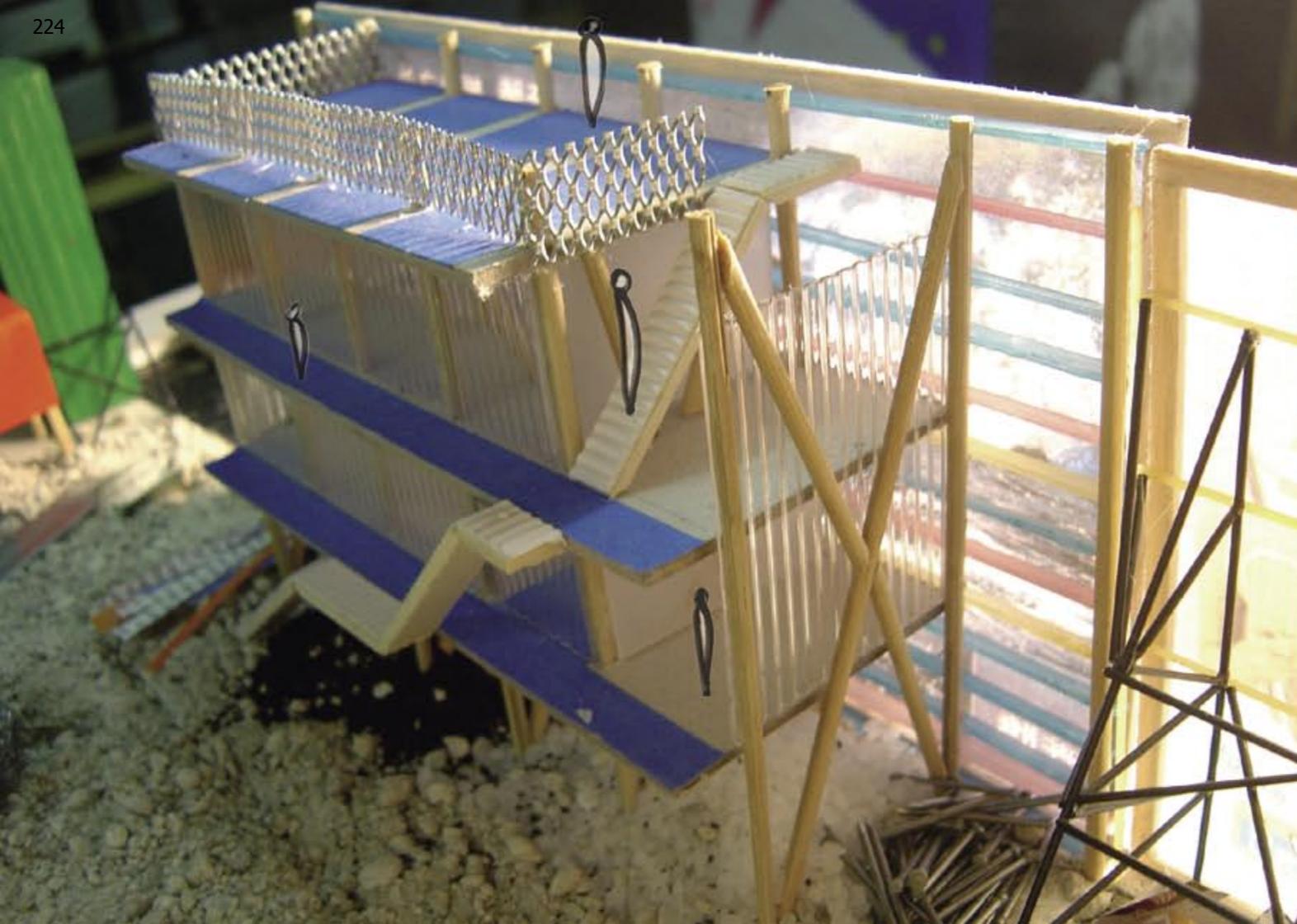


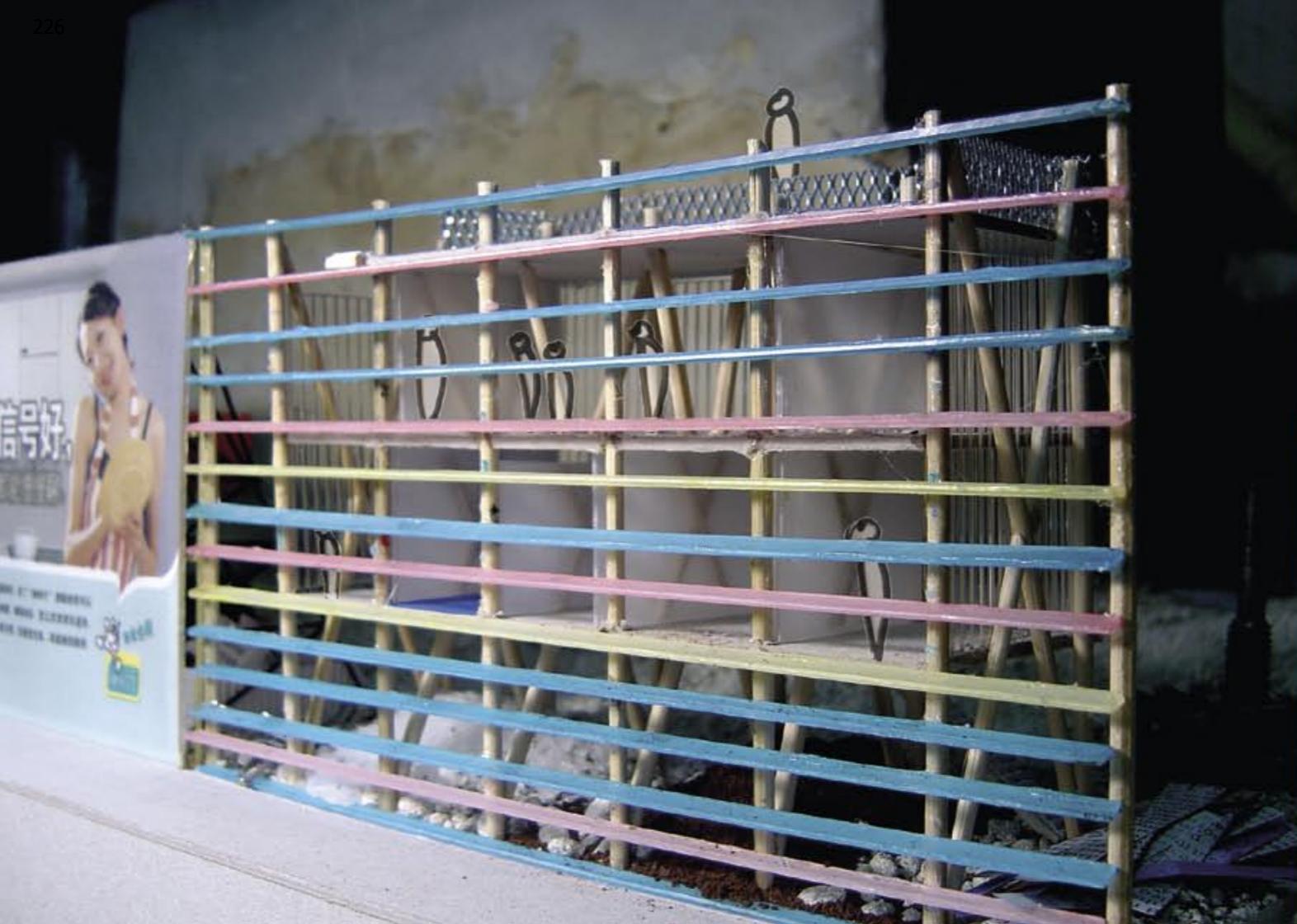
Panneau haBité #4

Un bâtiment de bureaux et de salles de réunion sur pilotis soutient le panneau de façade

L'épaisseur structurelle du panneau est transformé en un mur de rangement à travers lequel la lumière passe par translucidité (tissu pvc)





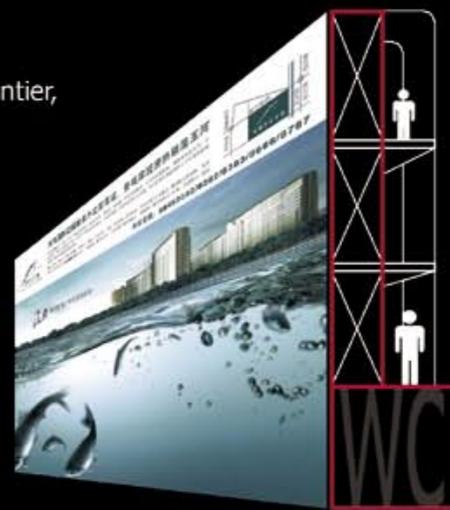


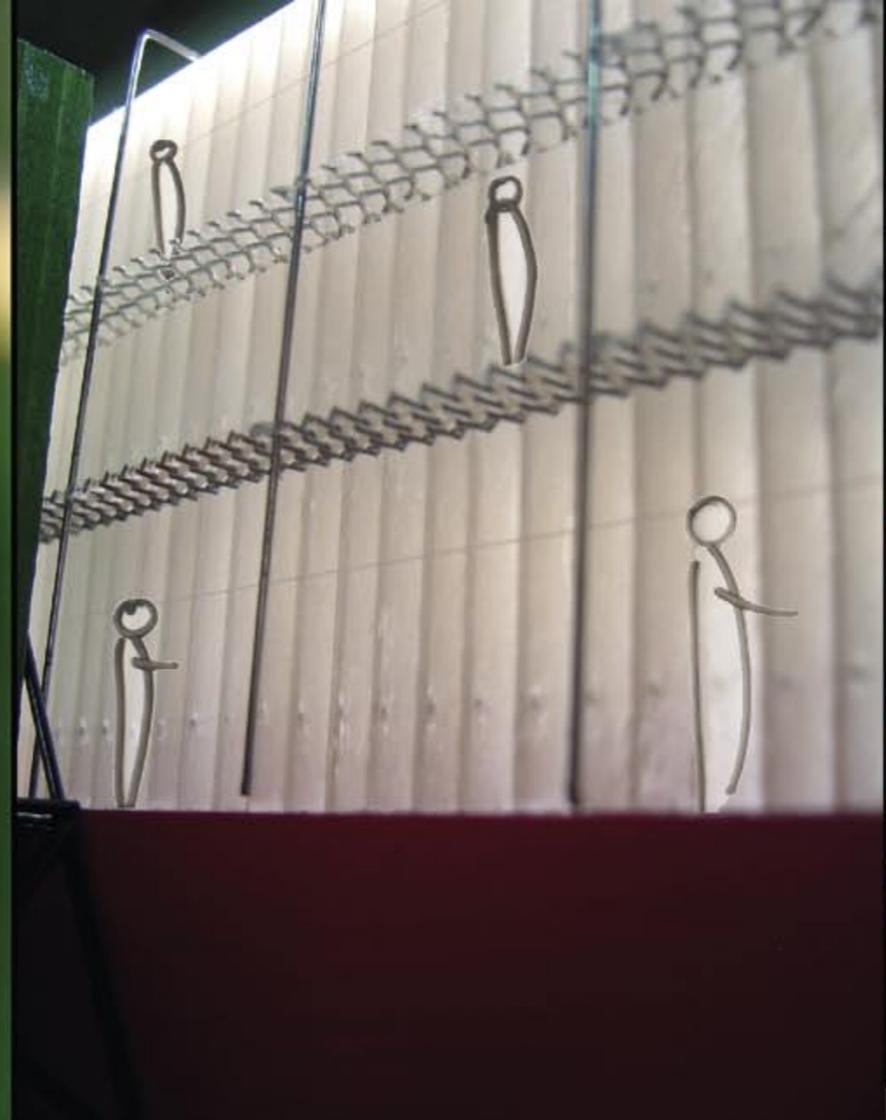


PanneaU haBité #4

Un bloc sanitaire en rez-de-chaussée lesté la structure le panneau-mur

Les étages supérieurs sont des vestiaires où les ouvriers, habitant ou non sur le chantier, peuvent ranger leur attirail de travail

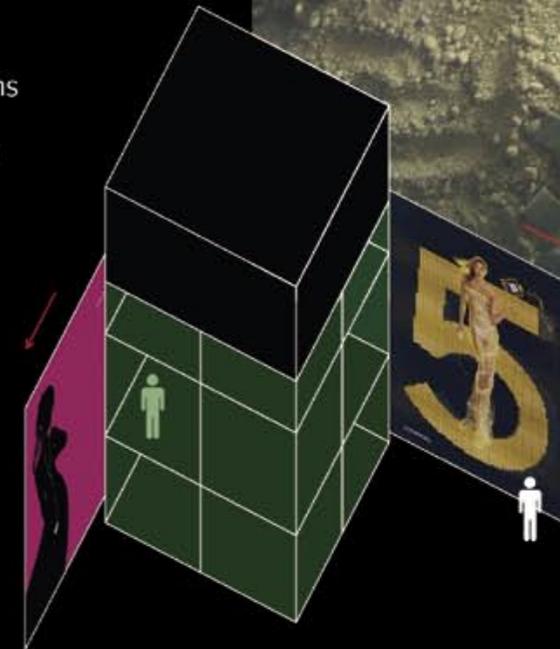


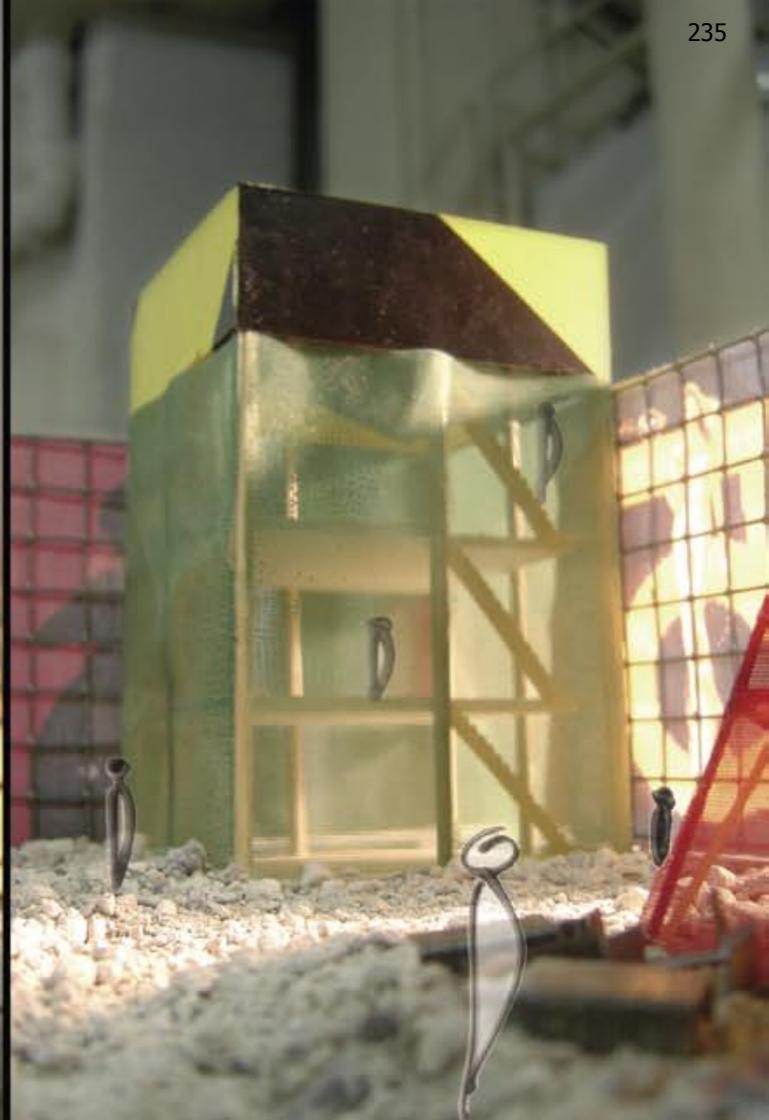
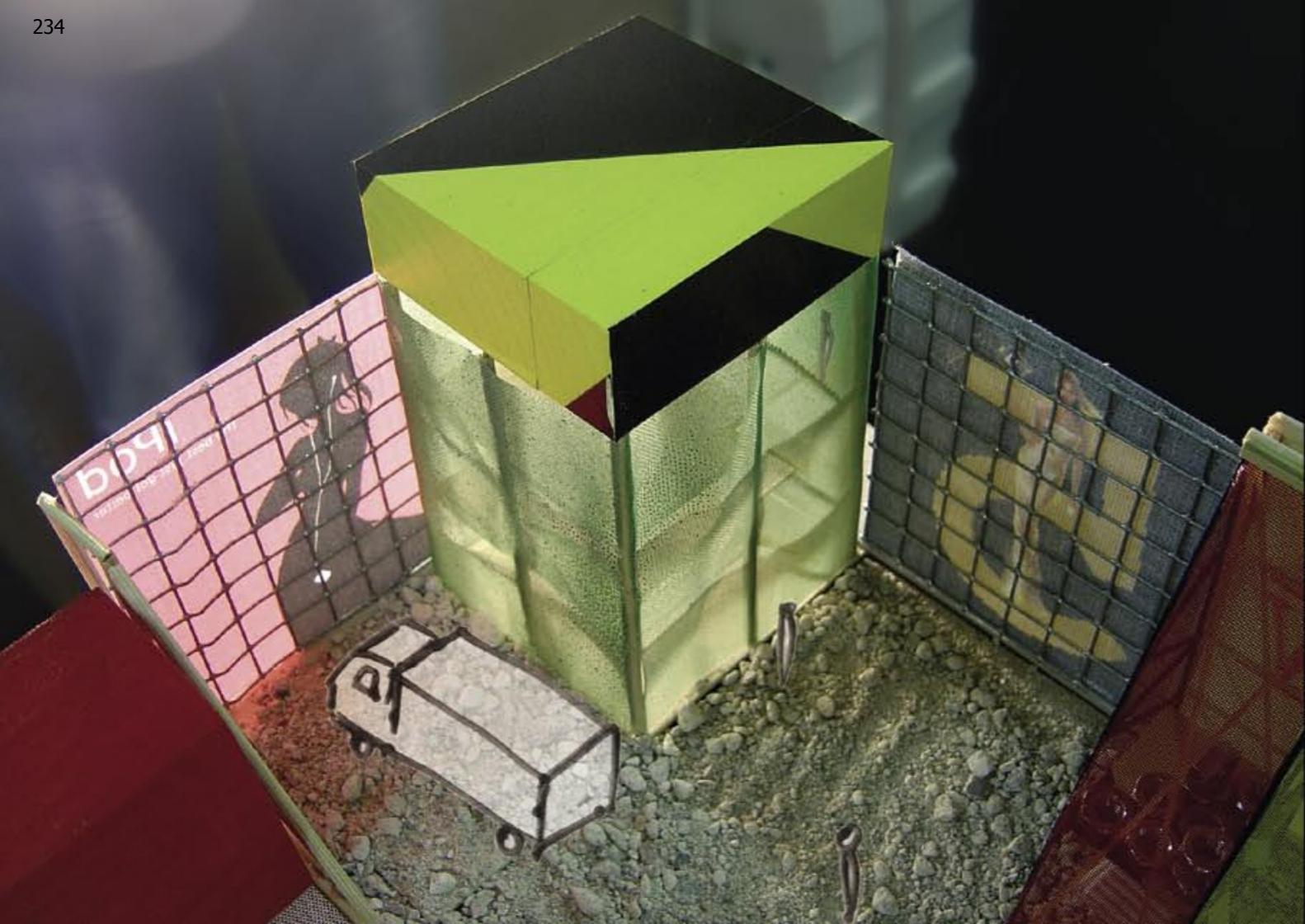




PanneaU haBité #6

Une petite tour à plateaux libres multi-fonctions
en semi-extérieur (résille verte de chantier)
maintient deux panneaux, portes coulissantes
permettant l'accès au chantier





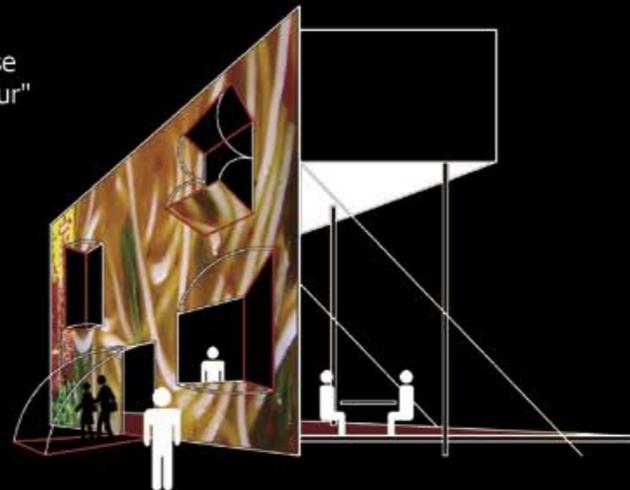


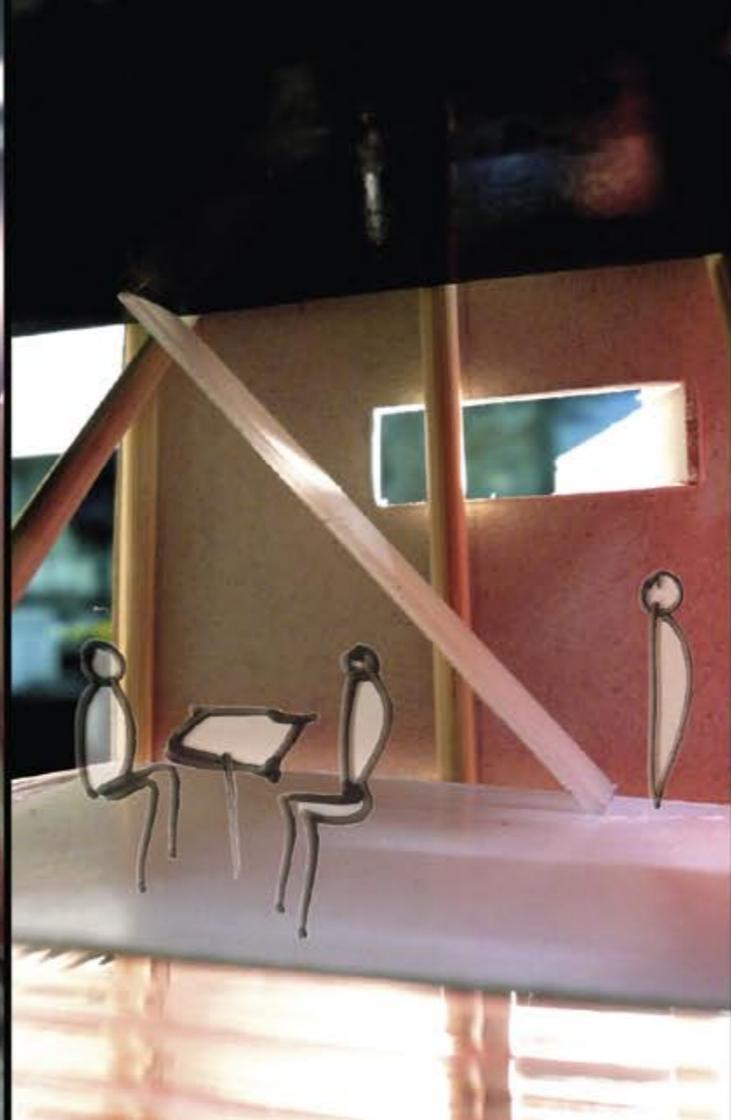
PanneaU haBité #7

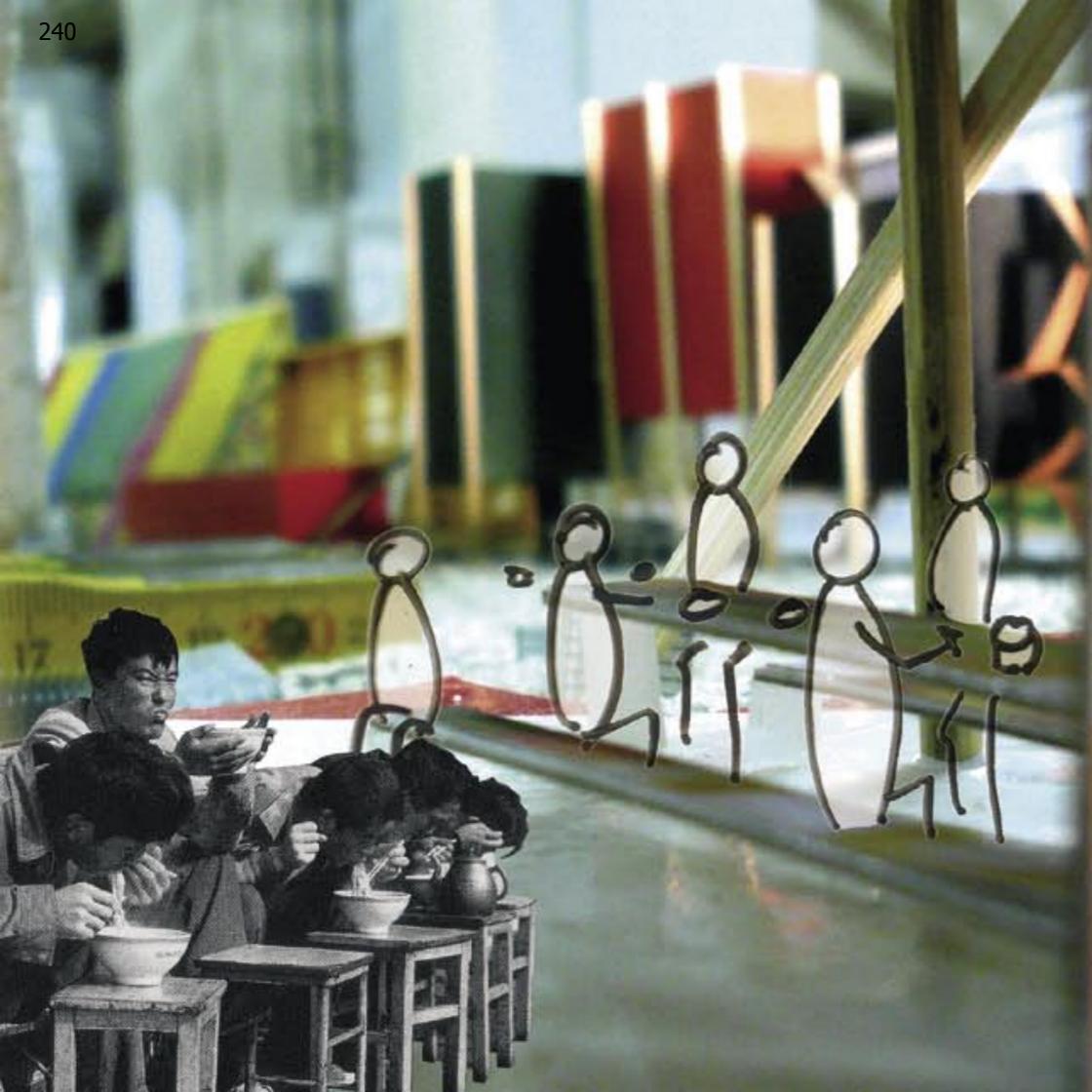
Le restaurant et l'épicerie (cigarettes, alcool) est un lieu partagé. Aussi bien les ouvriers que les habitants du quartier s'y retrouvent pour manger, boire, discuter, jouer, échanger ensemble, etc...

Le panneau s'ouvre, la limite se brouille, "intérieur" et "extérieur" se rencontrent, des vues se perçent

Ce commerce est une des activités "rapportées" qui jaillissent autour des chantiers et des besoins des cette population de passage. On pourrait aussi avoir des salles de jeux, coiffeurs, salon de massage, kiosks, boutique, etc, ...





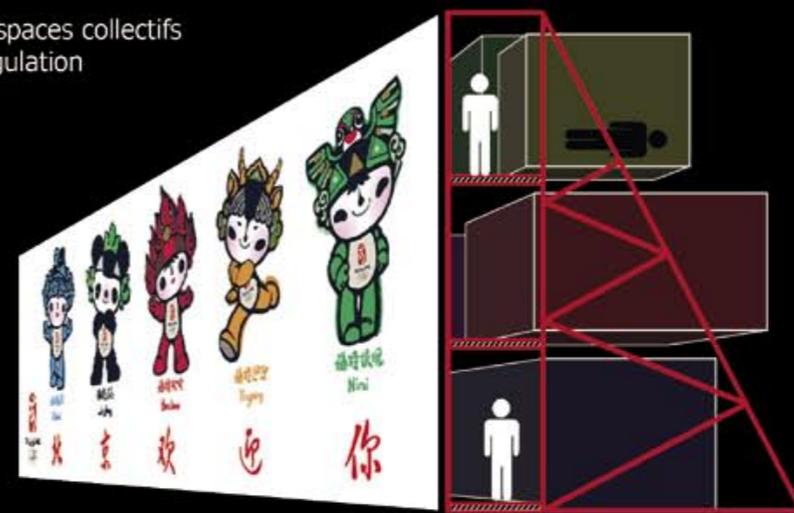


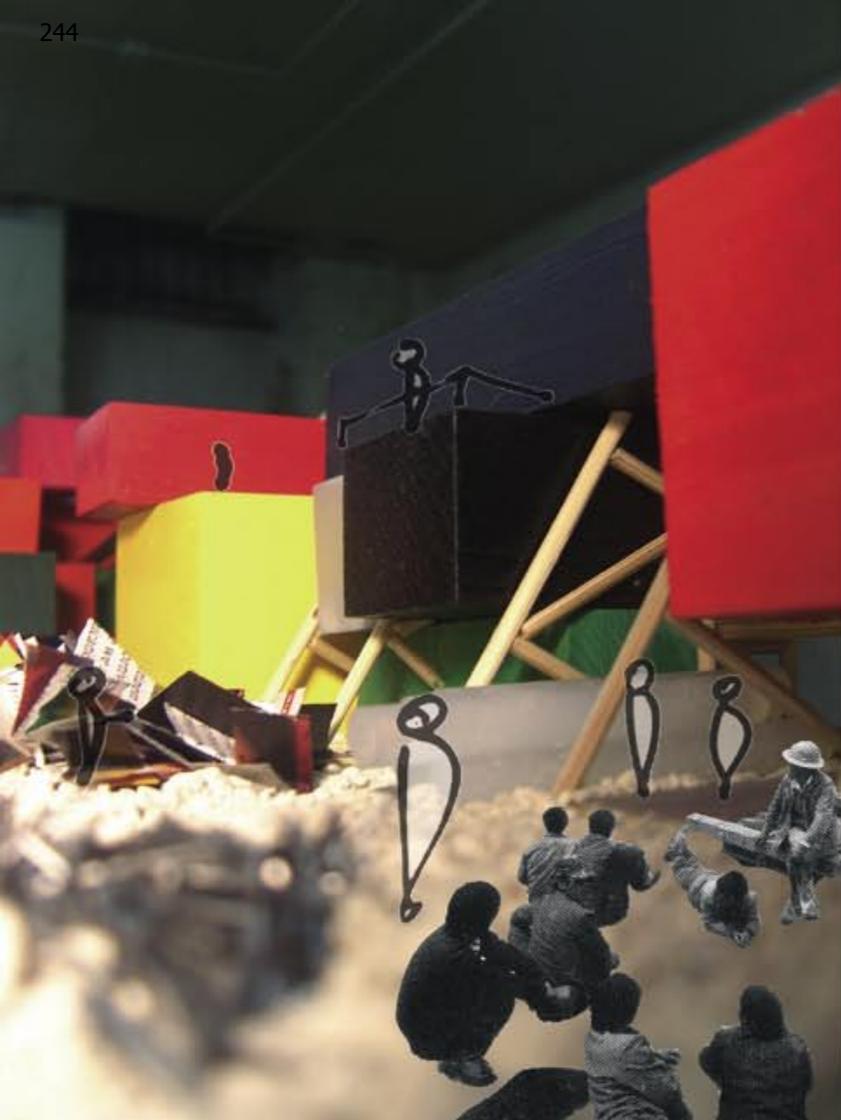


PanneaU haBité #8

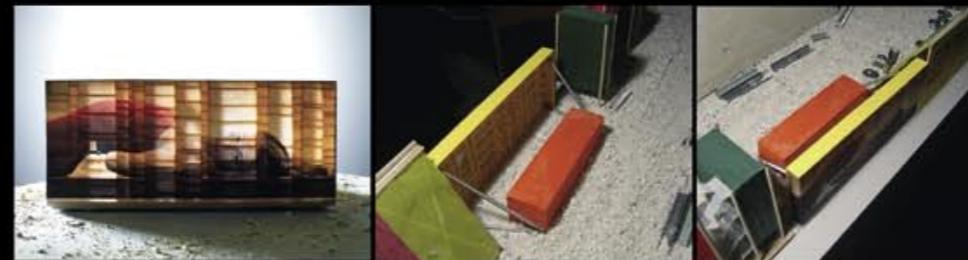
Circulation extérieure intégrée
dans l'épaisseur structurelle du panneau

Habitat, sanitaires et espaces collectifs
emboîtés dans la triangulation







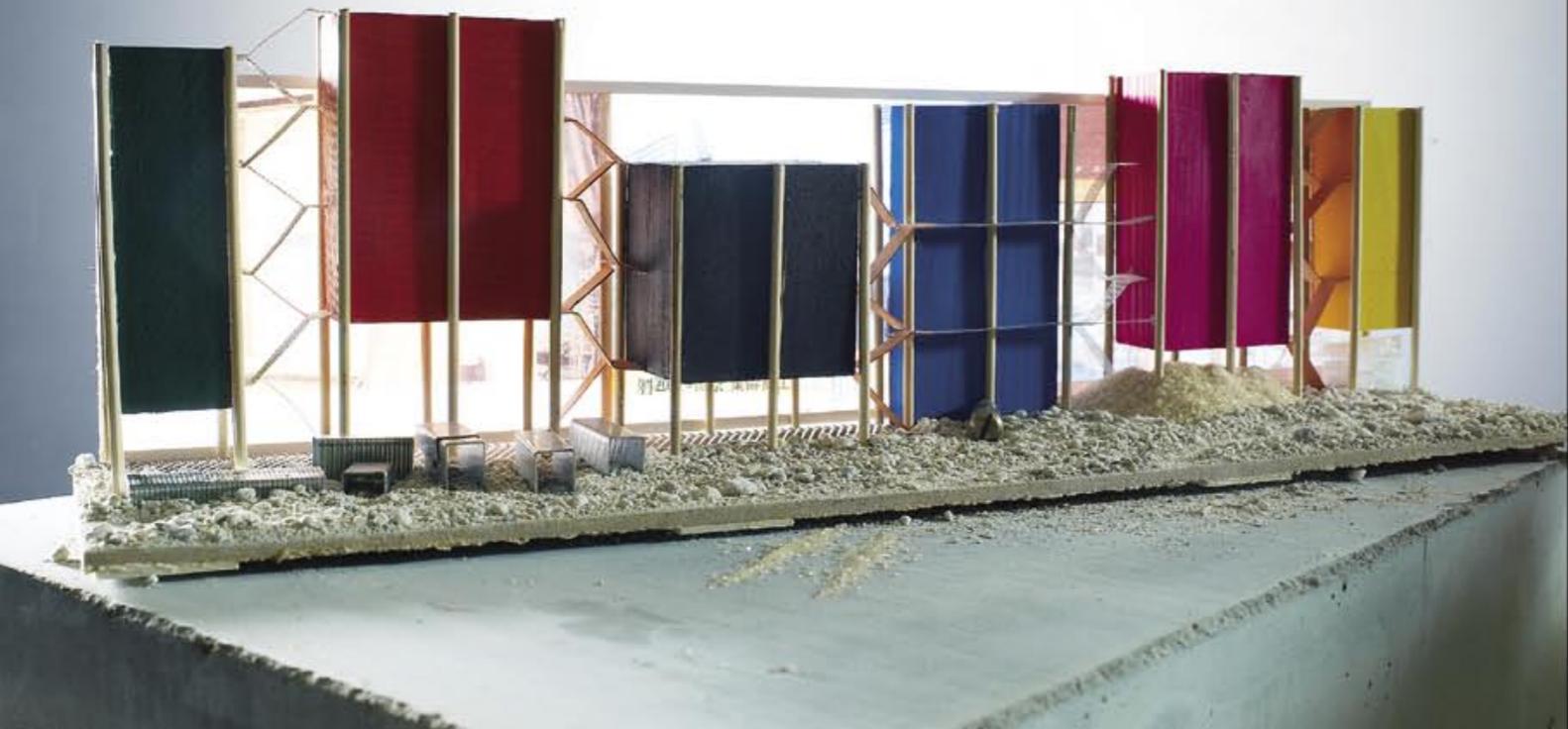


PanneaU haBité #9

Le panneau est un énorme établi où outils, machines et équipements sont rangés et accessibles par une échelle sur rail comme dans une quincaillerie. De petits postes de travail apparaissent ici et là dans l'épaisseur et un atelier intérieur se loge dans le bâtiment leste.





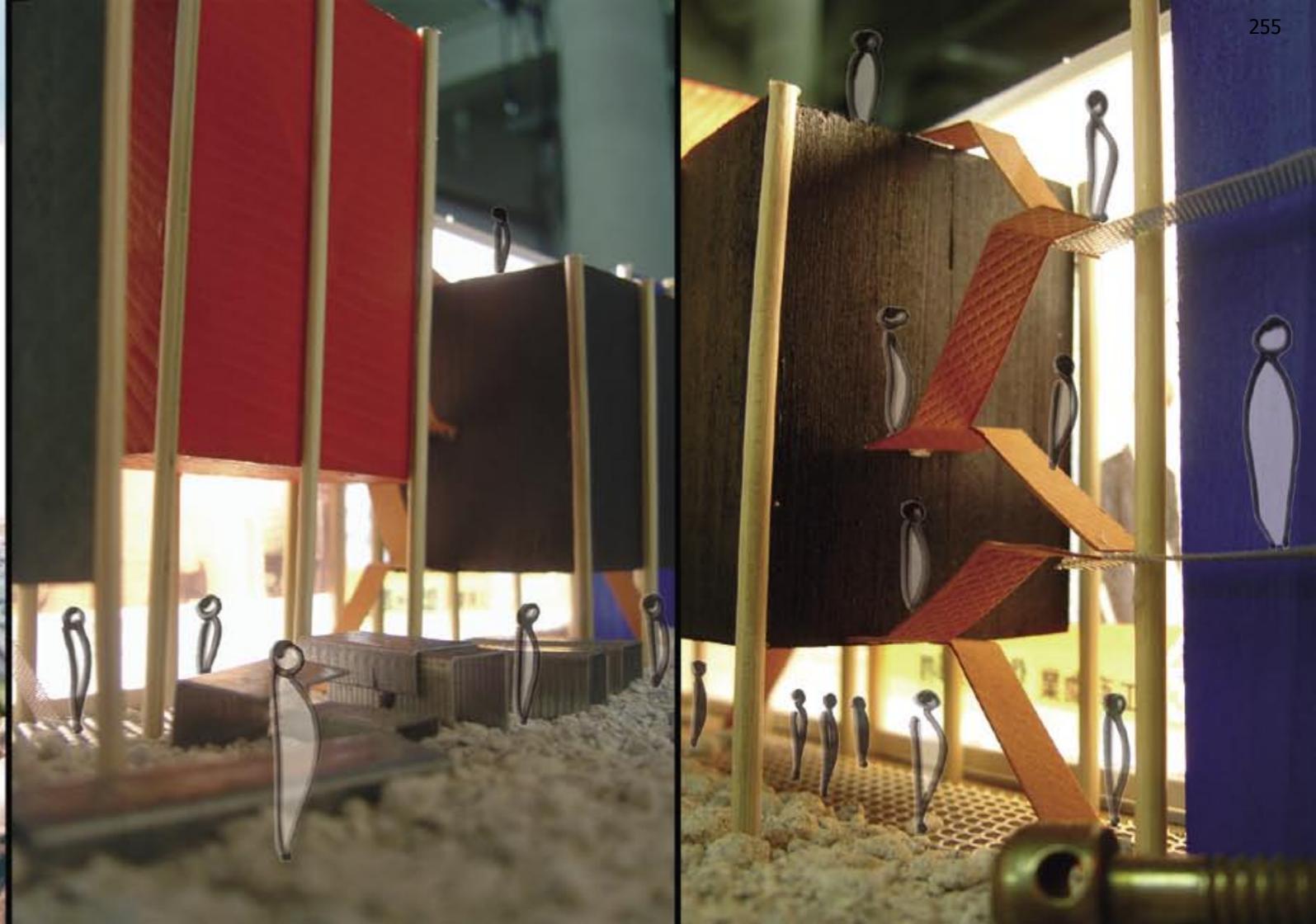
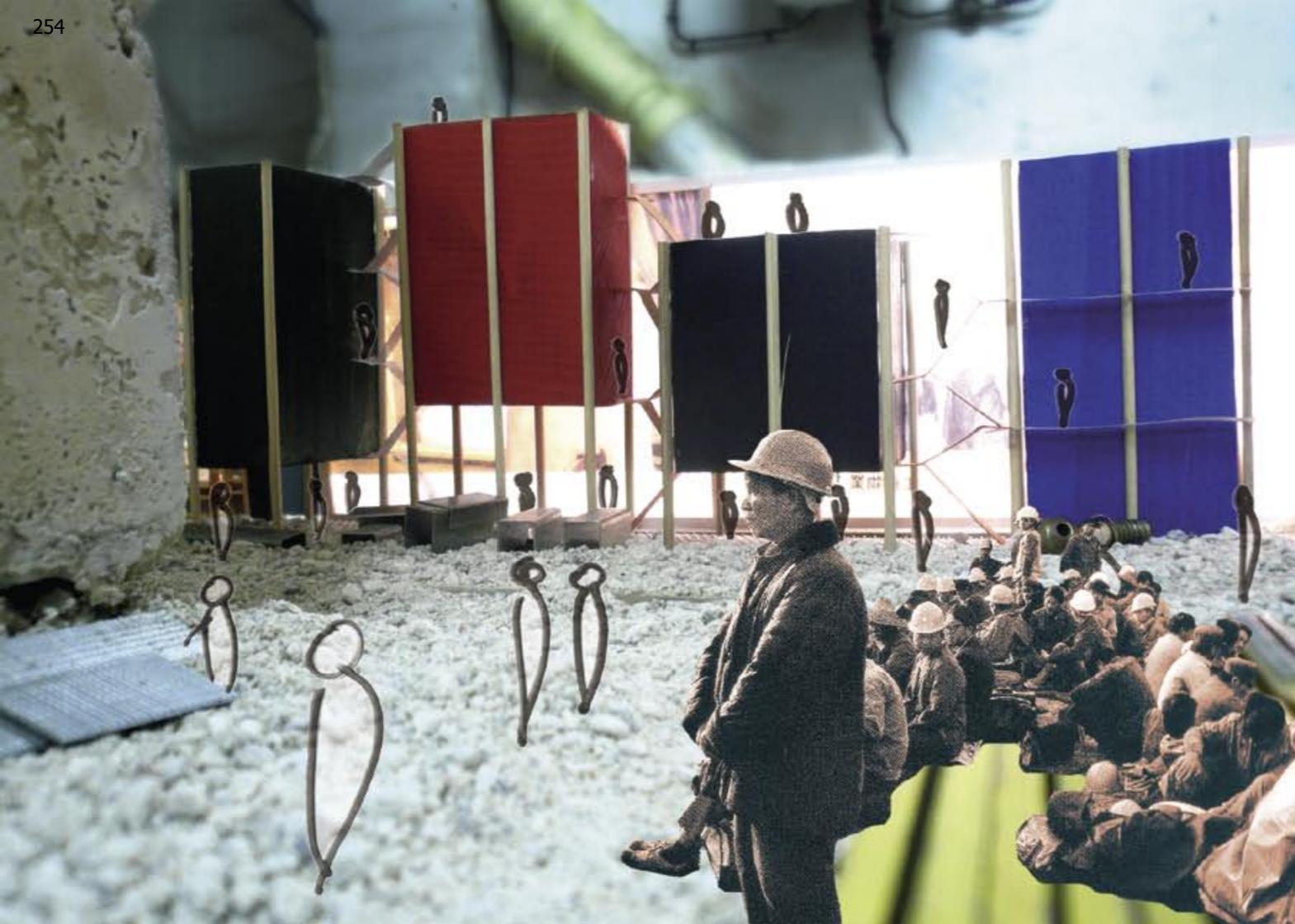


Panneau haBité #10

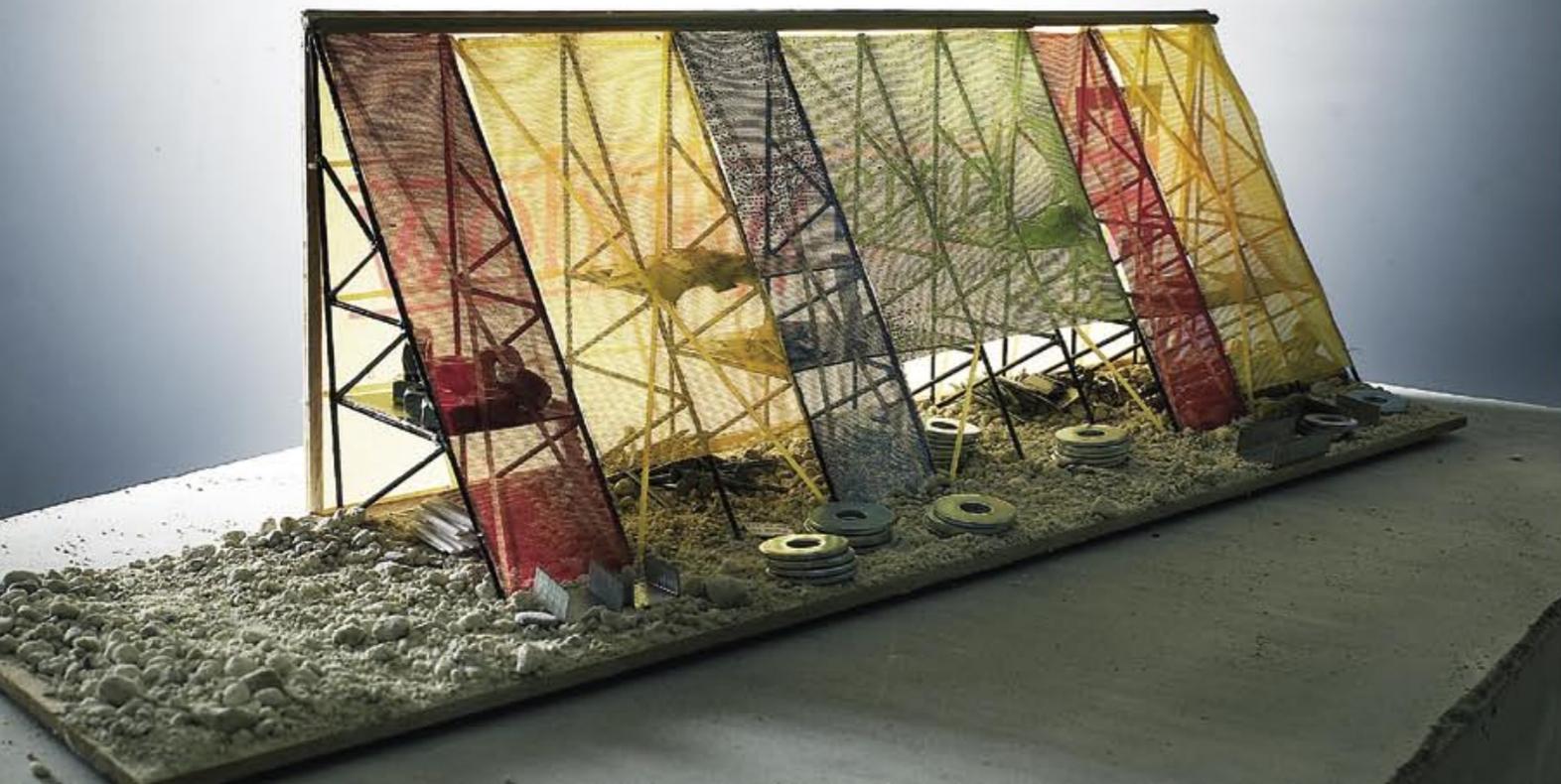
Les logements sur pilotis autostables libèrent le sol pour le stockage et les espaces collectifs tout en maintenant le panneau plaqué en façade

On accède directement aux chambres par les escaliers qui montent de demi-niveaux en demi-niveaux









PanneaU haBité #11

Des plateformes sont dispatchées dans la structure fine qui peut se fermer par des mailles textiles comme de grands rideaux protégeant de la poussière ambiante





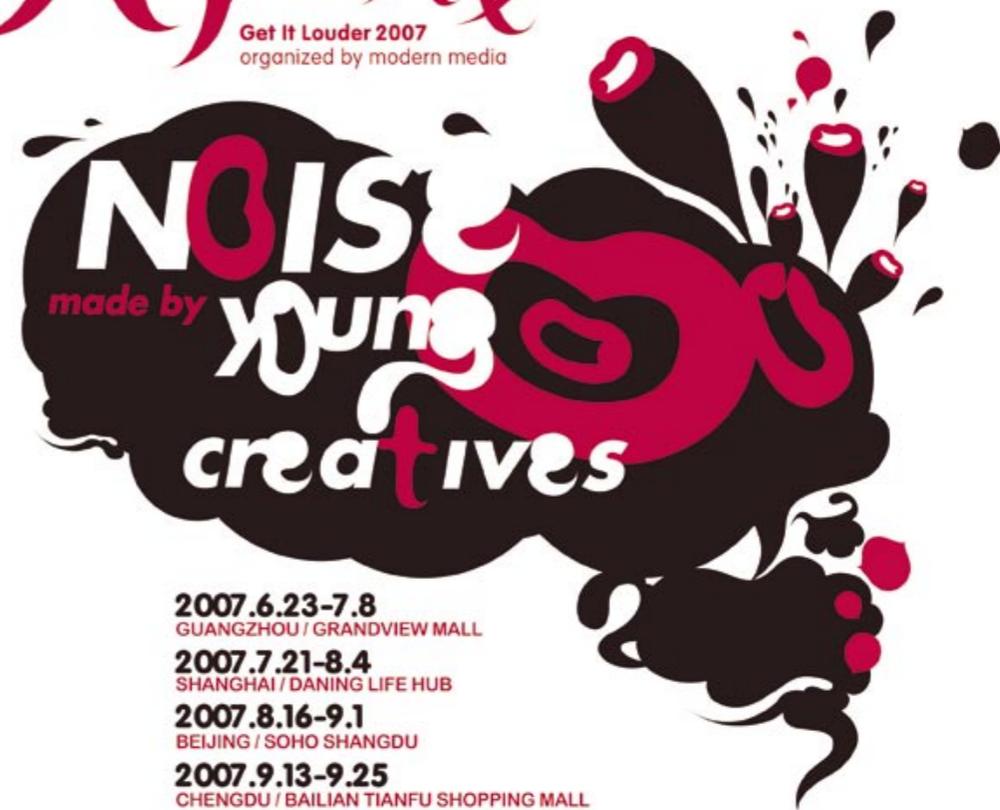


« La main qui oeuvre fait le fierté de la nation »

_Papa Allioum

大声展

Get It Louder 2007
organized by modern media



2007.6.23-7.8
GUANGZHOU / GRANDVIEW MALL

2007.7.21-8.4
SHANGHAI / DANING LIFE HUB

2007.8.16-9.1
BEIJING / SOHO SHANGDU

2007.9.13-9.25
CHENGDU / BAILIAN TIANFU SHOPPING MALL



ADhouse

GET IT LOUDER 2007

Get It Louder (大声展) est une biennale transdisciplinaire (art contemporain, architecture, graphisme, stylisme, cinéma, musique,...) dont la première édition de 2005 a été une véritable révolution dans le milieu artistique. Événement unique en Chine, elle procure une plateforme d'expression et de diffusion ouverte à la jeune création contemporaine locale et internationale. Abolissant les limites entre les domaines, elle a la volonté de diffuser l'art au plus grand nombre en sortant les travaux des galeries, musées ou autre sanctuaire artistique. L'édition 2007 s'est non seulement déroulée successivement dans quatre villes (Canton, Shanghai, Pékin et Chengdu) mais aussi au centre même des temples de la consommation : les centres commerciaux, qui en Chine comme ailleurs sont devenus les points focaux des activités urbaines.

C'est un pari audacieux que de tenter de déployer les travaux de plus de 140 artistes au milieu des vitrines, du merchandising et d'un public non acquis et non exclusif.

En mars 2007, Ou Ning (commissaire) m'invite à la biennale pour y construire sur place une installation, prototype architectural de panneau publicitaire habité : ADhouse



Avant projet

ADhouse

GET IT LOUDER 2007

Guangzhou_Shanghai_Beijing_Chengdu



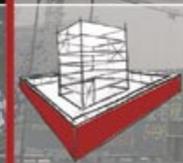
BILLBOARDS

Advertisement billboards have become an omnipotent visual and spatial product of the contemporary metropolis. Colonizing façades, rooftops, construction sites, streets, highways, interiors, blind walls, or any other available spaces, they clearly emphasize the changing conditions of Chinese cities and the shift from a production paradigm to a consumption one. These “windows” are propagating a complete set of shining images that are allowing the installation of a phantasmagorical fiction realm within the reality of the city (products advertisements, architectural renderings representing the happy future of the modern urbanity, etc...).

In China, architecture is now being merely used as a support on which these artefacts can be displayed. Architects have to engage with this issue in order to eventually consider the billboard neither as a façade parasite, nor as a simple architectural material but as a full potential architectural object. The spatial and programmatic subversion of the billboard would thus be a mean to propose a critical reemployment of the city's substance. The framed structure of the billboard contains unused space that could and should be activated by a reassessment of its purpose and program.



ROOF



BUILDING SITE



ROAD SIGN



FACADE



COMBINATION TOWARD A NEW TYPOLOGY

TEMPORARY HOUSING



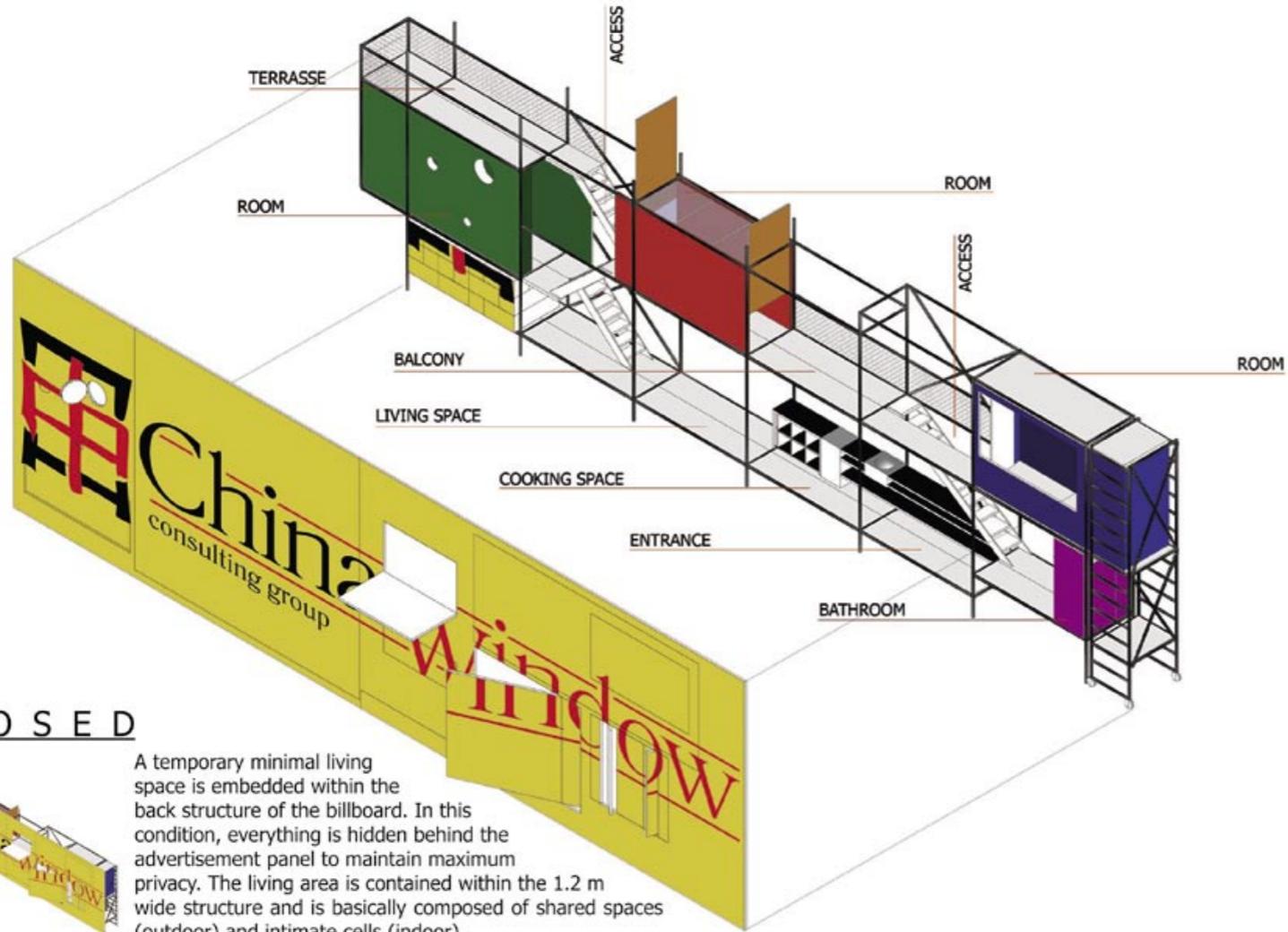
BILLBOARD



P R O T O T Y P E

The ADhouse is an ever-constructing/deconstructing architecture, a trans-form installation, a critical manifesto about plurality and mutations of urban artefacts. The objective of the installation is to propose a new type of infrastructure demonstrating the potential of developing hybrid billboards combining living spaces and advertisement surface.

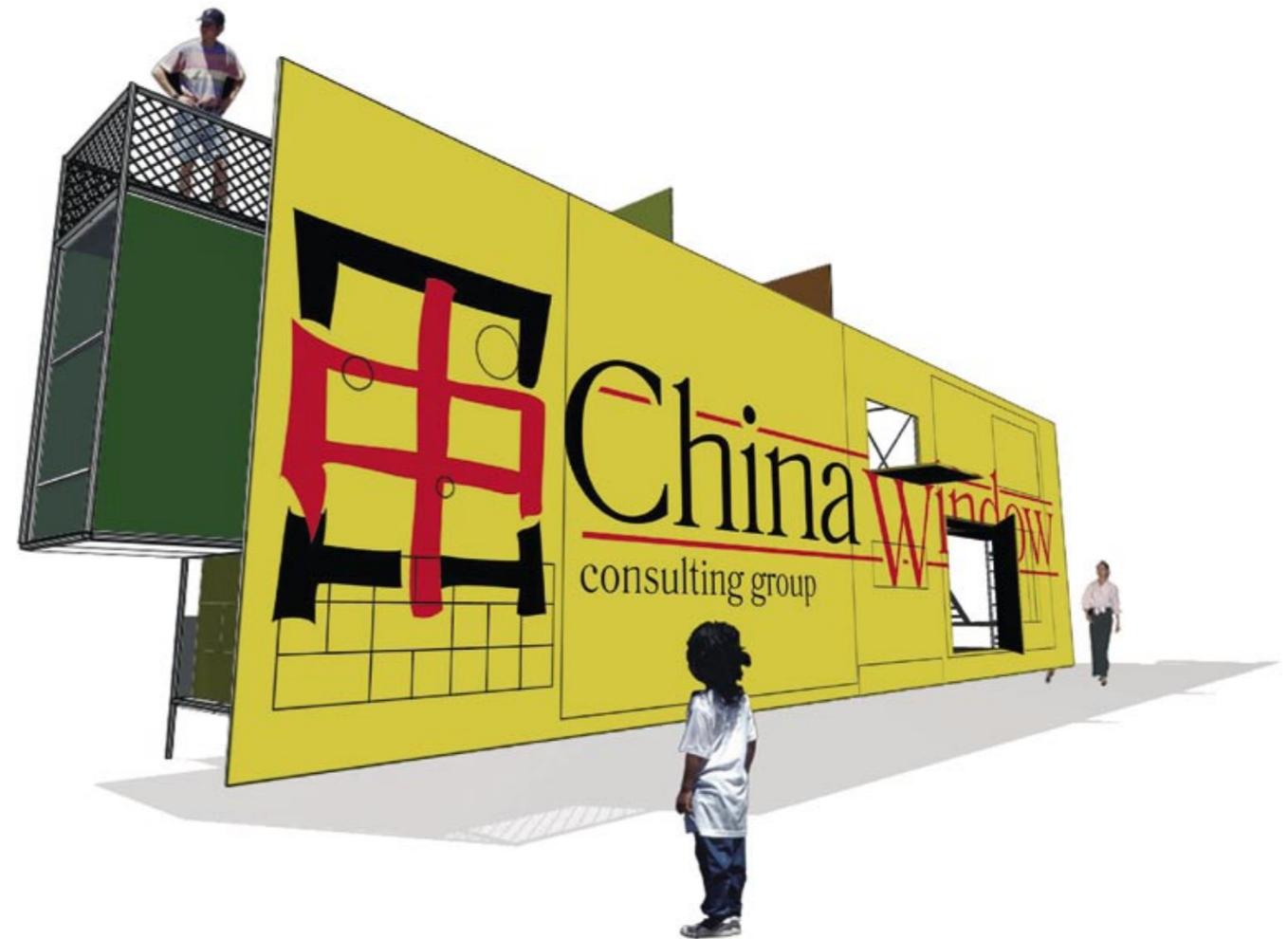




C L O S E D



A temporary minimal living space is embedded within the back structure of the billboard. In this condition, everything is hidden behind the advertisement panel to maintain maximum privacy. The living area is contained within the 1.2 m wide structure and is basically composed of shared spaces (outdoor) and intimate cells (indoor).

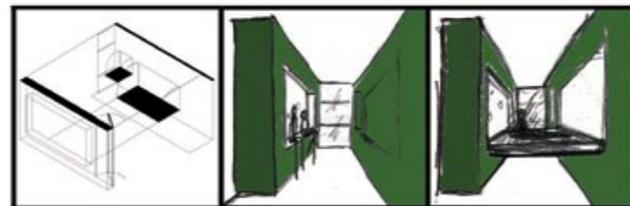


LIVING SEQUENCE



CELLS

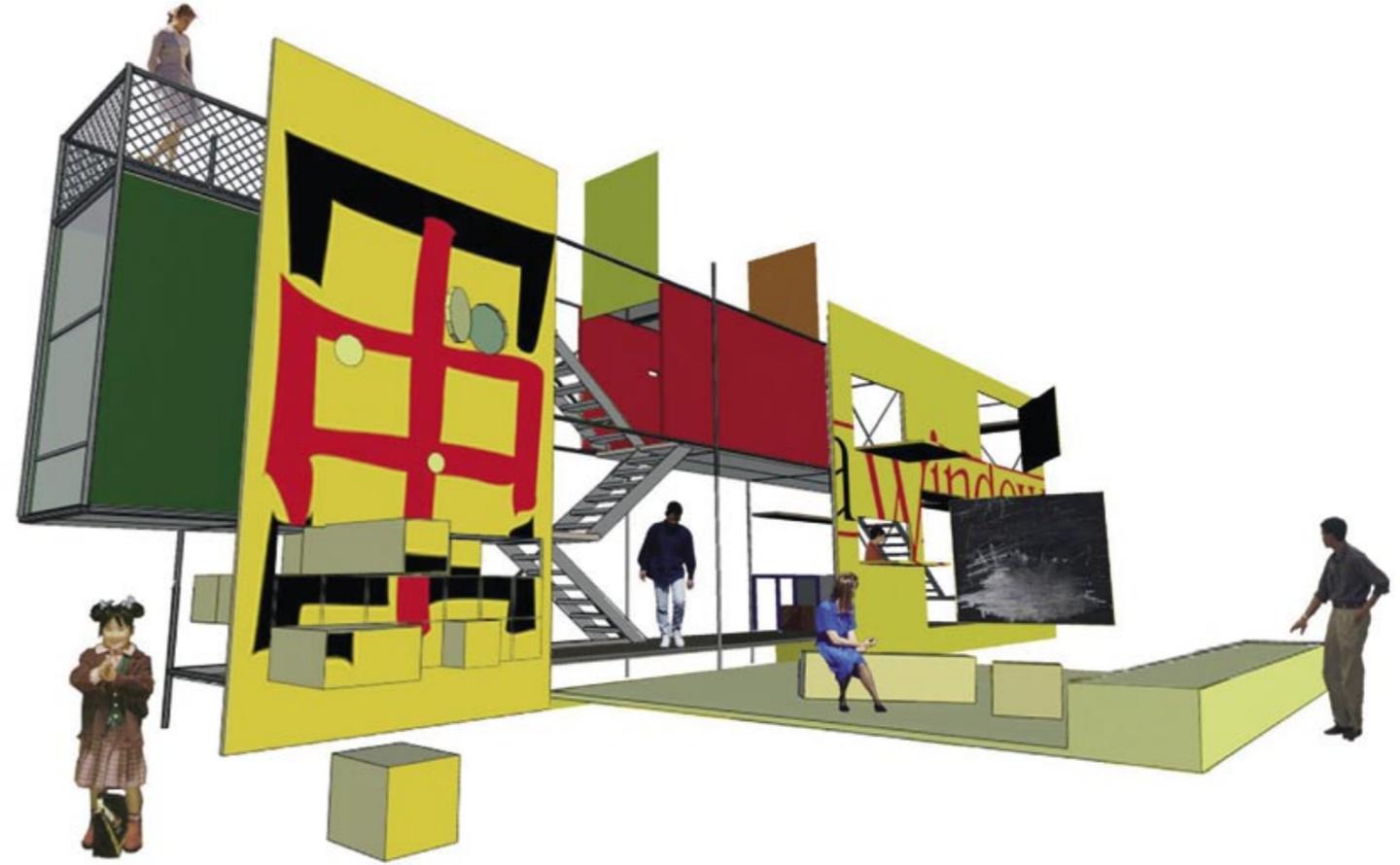
The private cells are displayed on the upper level. Each of them are flexible devices where beds, furnitures, desks, ... are embedded within the walls so as to transform from a completely free and open space (day) to a sealed private one (night).

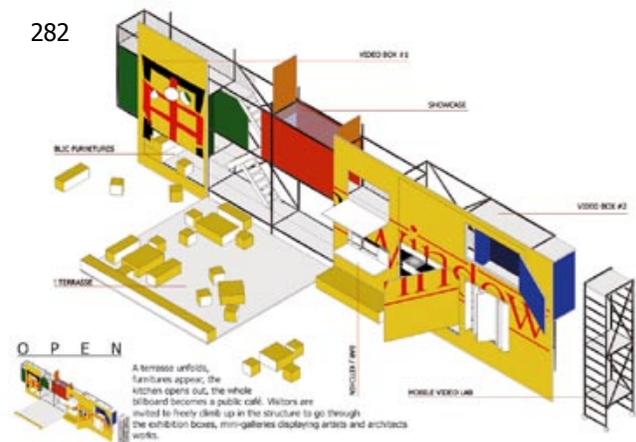


GET IT LOUDER
2 0 0 7

OPEN DOOR POLICY
FROM PRIVATE TO PUBLIC

During the festival, the ADhouse is transformed in an architectural installation which generates public space by proposing different types of programs. Since parts of the billboard are opening in various ways, the whole structure becomes a collective infrastructure for exhibitions (mainly videos), gatherings, cinema or art events.





SINO-CINE-CAFE

In the evenings, screens are deployed on the billboard on which chinese and foreign video artists and VJs are performing live.



L'ADhouse S'EXPOSE!

L'ADhouse a été pensé comme une infrastructure plutôt que comme une œuvre à contempler. Elle proposait un lieu de rencontre et un programme ouvert et flexible aux besoins de la biennale. La façade, l'image, est découpée, percée par des panneaux, des fenêtres, des portes, qui pivotent et créent du programme et des activités. L'avant scène, le panneau publicitaire à proprement dit, et son arrière scène, les espaces emboîtés dans la structure, s'interpénètrent et se brouillent. Le panneau devient actif, il se plie, s'ouvre, se ferme, laisse entrer la lumière, laisse entrer le public, ouvre des vues, se fait comptoir, sol, siège,...

C'est tout l'objet qui se transforme, la subversion est poussée à son maximum. L'ADhouse est un manifeste, elle s'expose et cherche avant tout à créer une réaction.

Un effort particulier a été réalisé sur le caractère hybride de la structure. Autant que

possible, il était important de conserver les modes de production et de construction habituels des panneaux publicitaires pour y insinuer des éléments étrangers. Les espaces créés dans la structure essayent en ce sens de préserver un certain contraste avec la structure acier préfabriquée (bois, couleurs, polycarbonate, éléments récupérés, menuiseries traditionnelles, bambous, ...). La « maison » est extrêmement fine (1.6m) et minimale, on vit dans l'épaisseur du panneau en semi extérieur. Seuls quelques éléments comme les escaliers générant des plans de travail ou les panneaux pivotants de la façade, déterminent les espaces ; c'est un lieu qui, pour être défini, doit être activer et habiter.

NOISE

made by **young**

2007 大声展开幕式

es



大声展

Get It Louder 2007
organized by modern media

現代傳播
Modern Media



TIMELINE

Il a fallu plus de 5 mois de travail sur place pour une période de construction effective de 3 semaines. Les difficultés au niveau de l'organisation de la biennale ont plongé jusqu'au dernier moment le projet dans une situation de doute et d'ambivalence. Les incertitudes financières, la multiplication des interlocuteurs, l'imprécision de la demande et le quasi-mercantilisme des organisateurs (ModernMedia) se sont rajoutés à la difficulté de l'acte de construire (en Chine et en chinois...) et de s'adapter à une situation générale instable dans un pays où la complexité est un sport national. A force de dialogue, de rencontres et d'énergies, l'ADhouse finira par être une réalité à la mi-juillet 2007.





PARIS PEKIN

Estimation de budget d'Atelier 100s+1 Pékin
ADhouse : 10 000 euros

Invitation officielle à GIL07
Les organisateurs trouveront un sponsor

Envoie d'une proposition à Ou ning,
commissaire principal de Get It Louder 2007

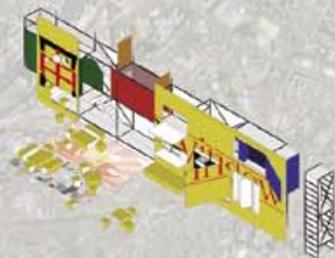


Image © 2007 The GeoInformation Group | InterAtlas

ADhouse

Pointeur 48°51'20.71" N 2°20'39.20" E

Mise au point 100%

PARIS

17 avril ARRIVEE PEKIN



Rencontre avec des constructeurs et un ingénieur
Devis : 12 000 euros

Réunion avec le commissaire architectural de GIL07
Liang Jingyu (Approach Office_ Pékin)

Beijing

北京

PEKIN



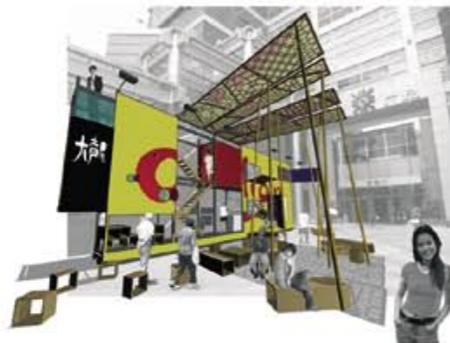
ADhouse au "Grand view shopping mall" de Canton

17 mai

Le site de Canton est défini, le projet passe de 18 à 15 mètres
Tous les dessins d'exécution sont à refaire
Le sponsor est Goldlion (Hong Kong), marque de costumes pour homme



ADhouse Canton



26 mai

Goldlion se retire, le projet ne correspond pas à l'image de marque de la société



Sponsor Goldlion de Hong Kong

Daning shanghai



28 mai

Le centre commercial Daning de Shanghai où se déroulera l'exposition est prêt à sponsoriser l'ADhouse (10000 euros)

A Shanghai, le projet se trouvera sur la place centrale de Daning et sera utilisé Comme scène pour la cérémonie d'ouverture



6 juin

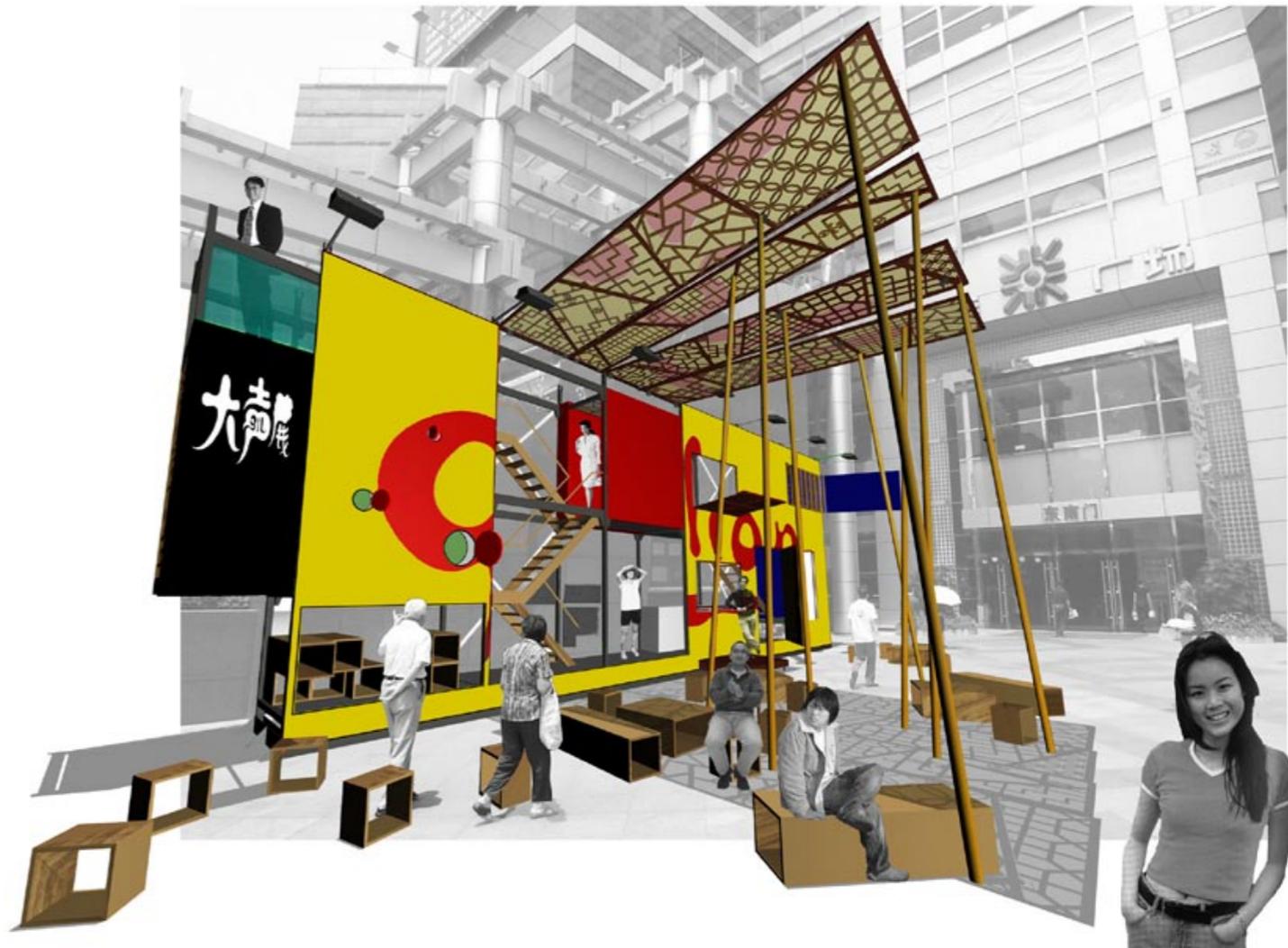
Réunion de crise avec les organisateurs. Ayant attendu le budget depuis plus d'un mois et étant à deux semaines de la cérémonie d'ouverture, je propose d'annuler L'ADhouse pour Canton et de bien préparer l'édition de Shanghai. Modern Media me demandent s'il me serait possible d'aller à Canton construire sur place et m'assurent que le budget m'y attendra. J'accepte...

Recherche de partenaires sur place pour construire dans les délais





l'ADhouse au Grand View mall de Canton





Sun Yuan Li Canton

8 juin

Deux jours de réunion (en chinois...) sur les dessins d'exécution avec des constructeurs de Canton et un bureau local (Oceandes)



Image © 2007 DigitalGlobe. © 2007 Europa Technologies. Axonometry référence exécution

Image © 2007 TerraMetric

Devis total 8 865,83 euros pour toute la préfabrication. L'entreprise est prête à commencer. Modern Media a besoin de plusieurs jours pour passer le dossier au services financier, etc... On est à 13 jours de l'ouverture de Canton

广州

10 juin



Grand View Shopping Mall, Tianhe, Canton



Shahe

12 juin

09 h 37: Modern Media me confirme que l'argent est prêt et m'attend dans leur bureau
11 h 12: Signature du contrat avec l'usine afin de recevoir la facture officielle dont Modern Media a besoin pour délivrer les premiers 60% du budget
14 h 26 : Modern Media décide soudainement d'annuler le projet ADhouse pour Canton parce qu'ils dépassent le budget total de l'exposition
Les deux commissaires d'exposition (Liang Jingyu et Ou Ning) soutiennent le projet et tentent de débloquer la situation avec Modern Media



12 juin

Contrat impossible à annuler avec les constructeurs de Canton qui réclament 2000 euros de dédommagement pour le materiel pré acheté



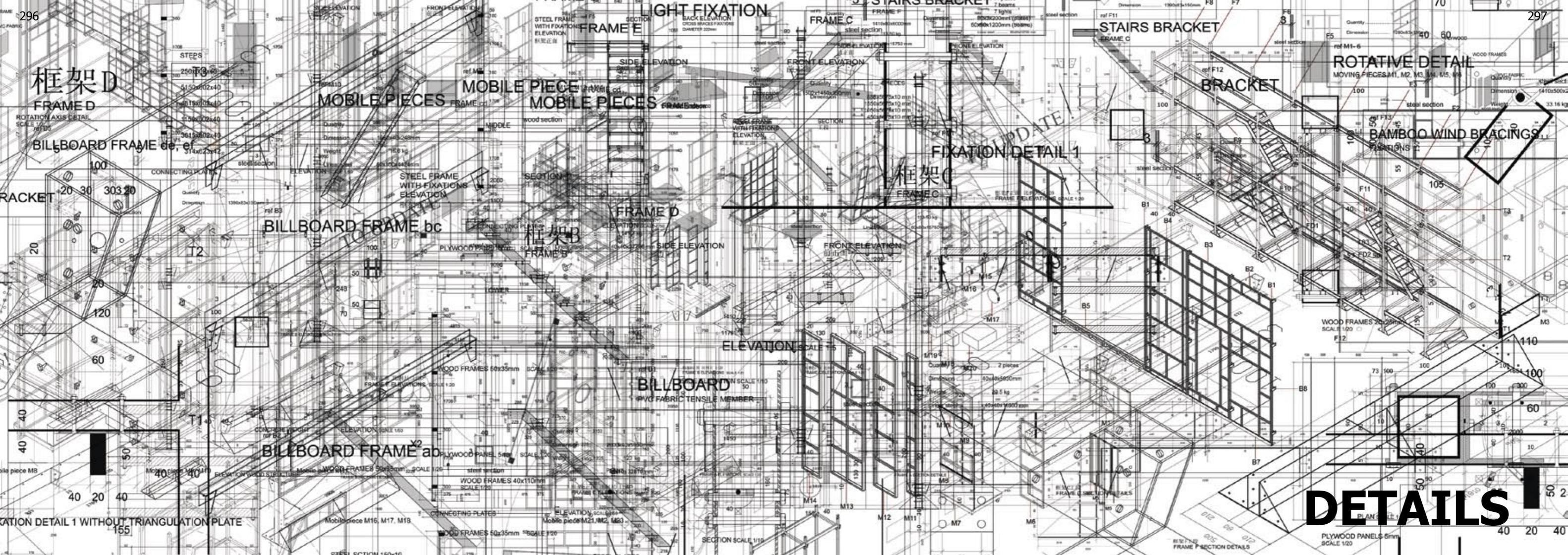
Grand view

12 juin

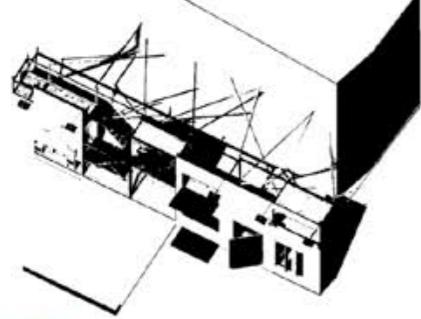
Etant donné que les constructeurs de Canton sont peu chers, qu'ils connaissent le projet et que le contrat est signé, je propose de continuer la construction à Canton et de l'envoyer par camion à Shanghai

Image © 2007 DigitalGlobe. © 2007 Europa Technologies

© 2006 Google GUANGZHOU (Canton)



DETAILS



大声展

23 juin CEREMONIE D'OUVERTURE A CANTON

Get it Louder 2007
organized by modern media

14 juin

Daning remet en question le détournement des matériaux de récupération (menuiseries chinoises et bambous de contreventement). Ils veulent du « modern style »



TEST VIEWS
BOC

16 juin

Nouvelle proposition de projet pour Daning



NEW PROPOSAL

- D'autres sponsors contactés le 25 mai sont prêts à donner 5000 euros le jour même et 7000 euros la semaine d'après. Réunion avec les organisateurs qui finalement refuseront cette proposition quelques jours plus tard parce qu'ils essayèrent de demander le double de ce que le sponsor proposait pour financer d'autres parties de l'exposition et que ce dernier refusa

25 juin

Réunion avec Eric Leung (Daning) à Canton qui veut littéralement refaire un autre projet et impose ses conditions. Après discussion, le projet restera quasi- inchangé mais sera construit à Shanghai par les équipes de Daning

26 juin

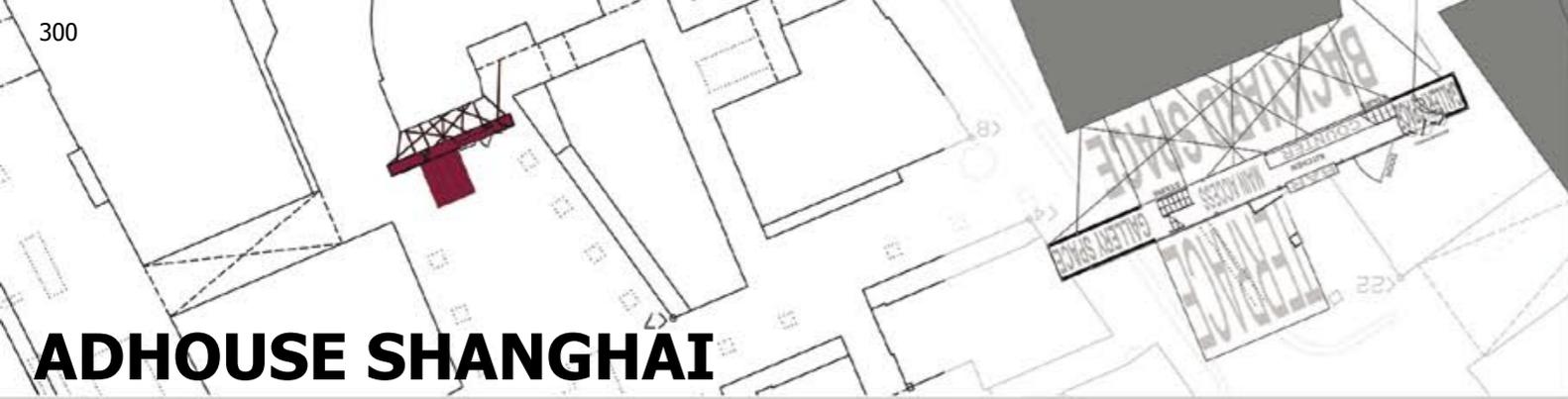
Pour limiter les pertes, proposition aux constructeurs de Canton de racheter le matériel pour 2000 euros. Finalement, le matériel ne semble jamais avoir été acheté, aucun paiement ne sera effectué



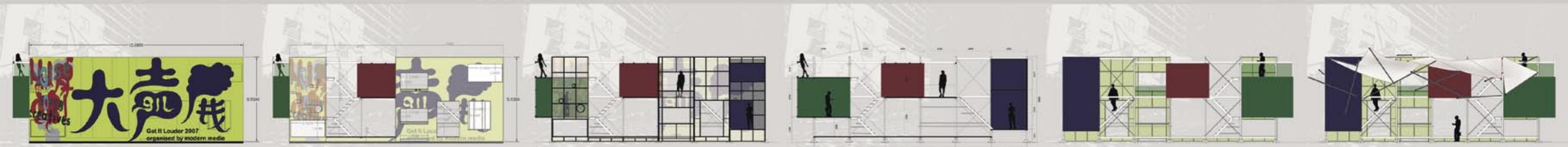
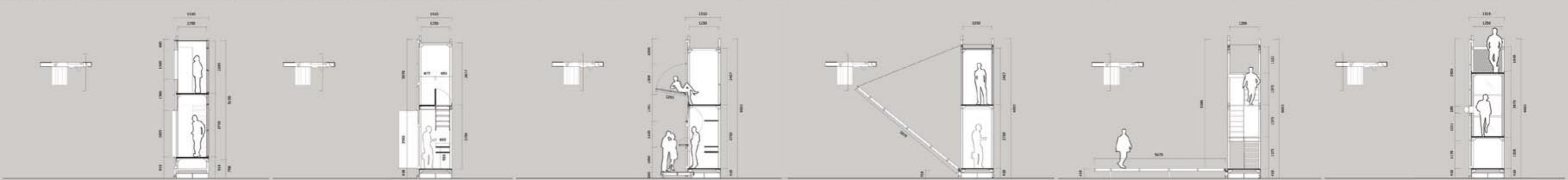
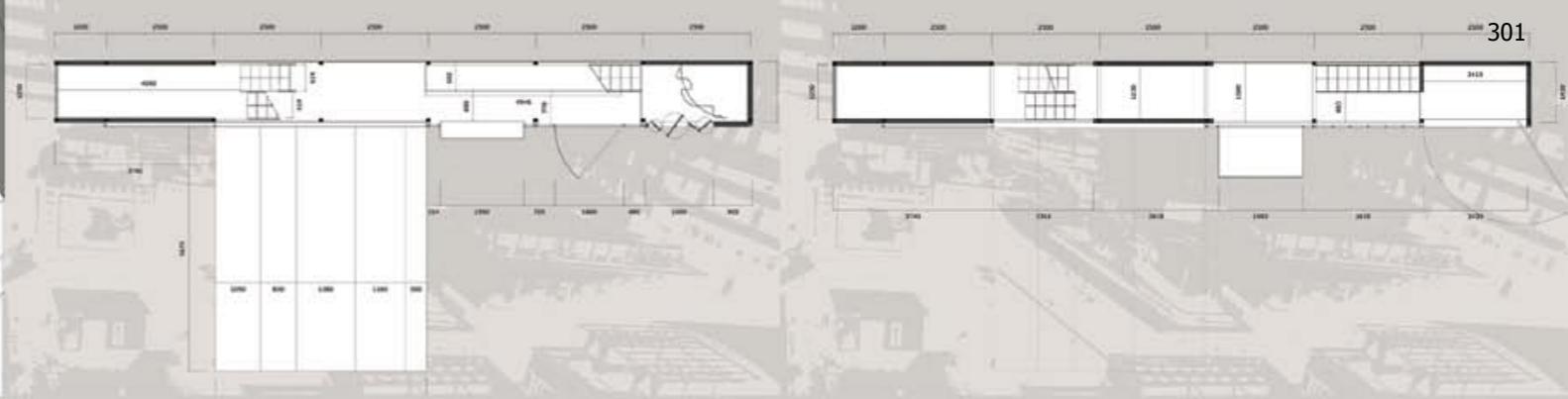
Get it Louder 2007
organized by modern media

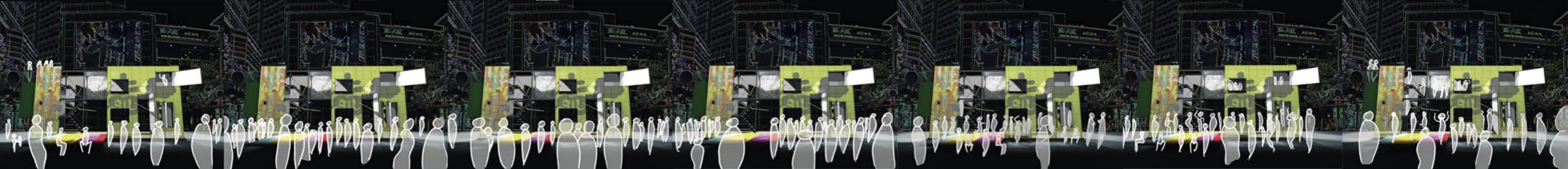
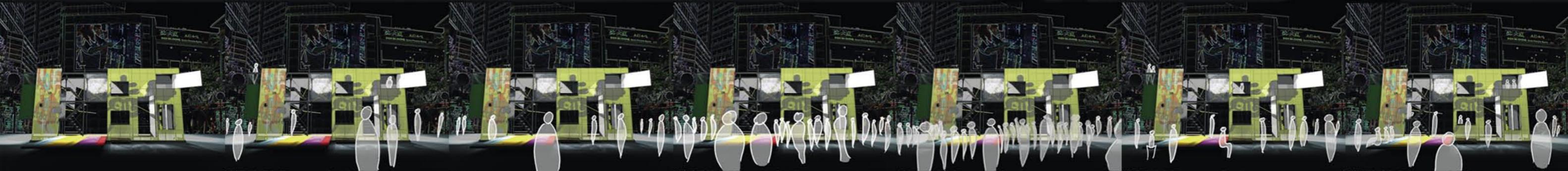


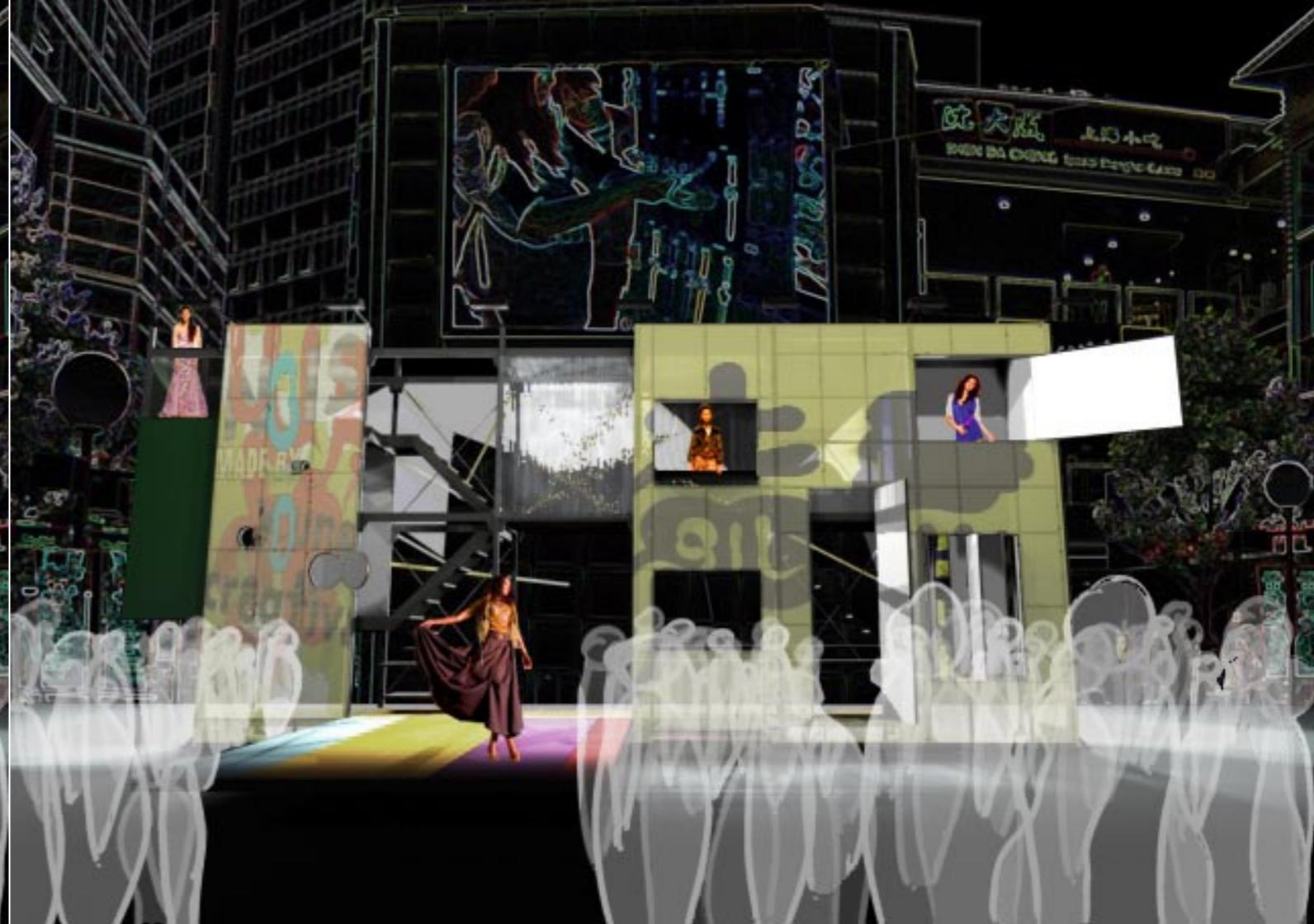
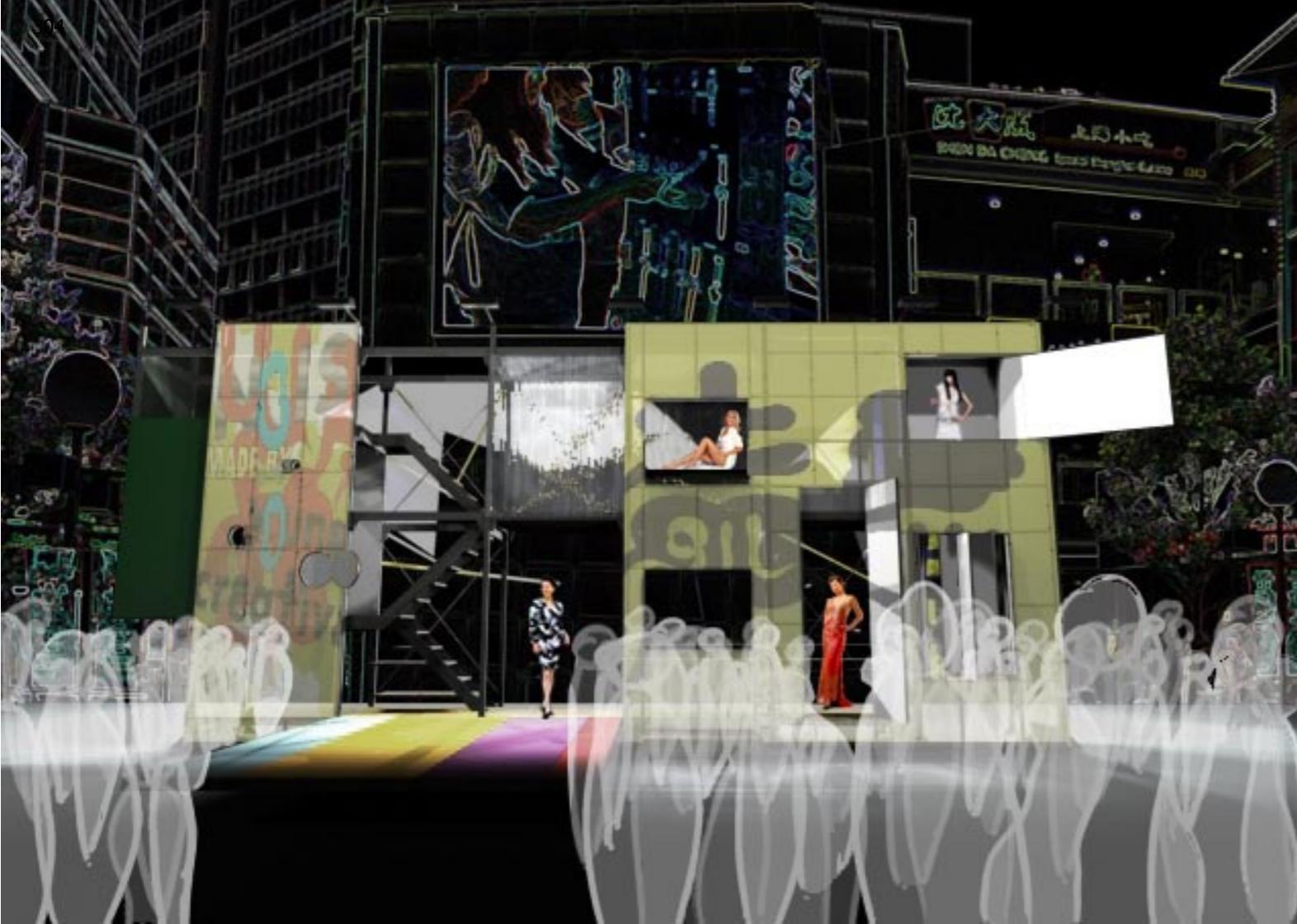
CANTON SHANGHAI



ADHOUSE SHANGHAI









Place centrale de Daming, Shanghai



SHANGHAI PEKIN

28 juin
Le projet passe de 15 à 13 mètres.
Tous les dessins d'exécution sont à refaire

30 juin

5 juillet
Réunion avec les équipes de construction de Shanghai.
Devis 35 000 euros et un mois de construction.
Le devis est absurde, le temps presse, retour sur Pékin où des partenaires sont plus rapidement trouvables.
Départ le soir même pour Pékin

上海

Daming exige une animation 3D du défilé
à mode de la cérémonie d'ouverture



SHANGHAI



7 juillet

Une entreprise près du 6e périphérique Nord-Ouest de Pékin est prête à commencer à produire la structure acier



8 juillet

Une équipe de mingong de l'Anhui accepte de s'occuper du pré montage et de la production des éléments en bois, des escaliers, etc ...



A douze jours de l'ouverture, le budget de Shanghai n'arrive pas. Avance pour débiter les travaux

Les pièces de la structure acier sortent de l'usine et sont transférées sur le site de pré montage au 6e périphérique Sud-Est de Pékin (Xiaopu cun)

13 juillet

Xiaopu cun montage et atelier bois

Le visuel du panneaux publicitaires m'est enfin envoyée (demandé un mois avant)



16 juillet

Impression de la toile pvc de la façade 60% du budget arrivent enfin à Pékin

17 juillet

Google

PEKIN



Préfabrication des éléments de la structure acier à Heilongjiang_Pékin



Pré montage de la structure et assemblage des éléments (acier, bois, pvc) à Xiaopu cun, Tongxian_Pékin



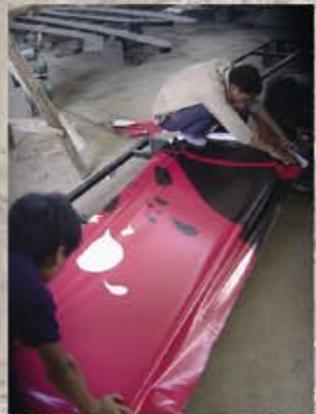
Structure de façade en attente du PVC

19 juillet

Matin : la structure principale est démontée et chargée dans un camion partant pour Shanghai



Après-midi + nuit: montage du PVC et des éléments bois



19 juillet

19-20 juillet

Nuit : 4h du matin, la préfabrication est terminée le deuxième camion part de Pékin avec le reste des éléments



PEKIN SHANGHAI

20 juillet

7h00 avion pour Shanghai

20 juillet



Le premier camion est arrivé et une équipe de 15 ouvriers commence le montage dès mon arrivée sur site Montage toute la journée, toute la nuit



21 juillet

Gros retards accumulés : Montage de la façade et de la terrasse en priorité pour que la cérémonie d'ouverture puisse avoir lieu



21 juillet



Le camion qui aurait du arriver à 4h du matin n'arrive qu'à 10h



Structure principale en cours de montage sur la place centrale de Daning

A quatre heures de la cérémonie, la façade est montée



Adhouse en chantier in situ sur la place centrale de Daning_Shanghai



21 juillet
La structure principale et la façade sont en place

大声展

Get It Louder 2007
organized by modern media

21 juillet

CEREMONIE D'OUVERTURE GET IT LOUDER 2007 SHANGHAI



Défilé de mode, danse, performances, le show organisé par Modern Media est un énorme coup de pub. L'ADhouse est un... décor



EN CHANTIER
IN SITU

22-25 juillet



Adhouse en chantier. Travail de nuit avec une équipe de 10 ouvriers



26 juillet au petit matin, l'ADhouse est finie



A 17h00 la pluie tombe, le chantier doit s'arrêter. L'ADhouse est à 50% finie. La cérémonie va pouvoir avoir lieu



2e phase du chantier à Daning_Shanghai





ADhouse SHANGHAI

26 juillet



La construction est terminée, l'ADhouse est prête à être habitée























27 juillet ARRIVEE PEKIN

26 juillet

26 juillet

Recherche de financement à Pékin avec Ou Ning et Liang Jingyu

Modern Media se désengage complètement et refuse de payer le transport entre Shanghai et Pékin comme il était entendu préalablement. Il faut trouver 2000 euros

L'ADhouse est prête à être habitée. Soudainement Daning décide qu'il ne pourra pas y avoir de café-bar comme prévu et qu'il est impossible de laisser le public entrer dans la structure. Malgré que l'objet soit totalement sécurisé, ils ont peur de l'accident et du procès. Malgré tout ce qui a été dit, ils ont toujours ironiquement considéré l'ADhouse comme un décor scénique, l'infrastructure redevient décorum...



30 juillet
Daning déclare finalement vouloir garder l'ADhouse à Shanghai et refuse de la laisser repartir à Pékin. Considérant en être les propriétaires, ils me proposent de la leur racheter 10 000 euros. Ils n'ont toujours pas livré les 40% restant du budget

Il est impossible de trouver une telle somme en si peu de temps.
Proposition à Daning : réfléchir ensemble à la façon dont l'ADhouse pourrait fonctionner et être utilisée à long terme sur le site de Shanghai.

Daning refusent et restent sur leur position : l'ADhouse sera un décor pour les événements se déroulant à Daning et sera, entre-temps, démontée et stockée dans une cave

3 août

Site de Get It Louder Pékin Soho Shangdu

Get It Louder 2007 organized by modern media

16 août

GET IT LOUDER 2007 PEKIN

ADhouse

Un grand panneau de photos ainsi que des films seront présentés à GIL07 Pékin. Un tract de type publicitaire sur lequel un texte manifeste est imprimé est distribué au public

Soho Shangdu

广告城市 BEIJING (GU) THE CITY

PEKIN

© 2007 Europa Technologies

BRANDING (IN) THE CITY

The Chinese cityscapes have been undergoing dramatic changes during the last 30 years. The "One country, two systems" and the socialist market economy have resulted in a complete redefinition of the rules of architecture and city planning. Who is making the Chinese city right now? Neither the urban planners nor the architects but exclusively investors, developers, landlords, banks and businessmen. The public domain, after having carried out for almost half a century the burden of a total control over territories, is now busy actively disengaging itself from the production of space and urban fabric. The urban planners' lines on the maps are reduced to be either pure infrastructural and networking designs either clear delimitation of "private islands" on which developer will build luxurious residence with appealing names or top fashion shopping malls (Star city, Chateau Regency, Free town, The Glory Land, Top Aristocratic, Merlin Champagne Town, Upper East Side, Fortune Plaza, Sunshine 100, Si Regis Residence, World City, Top of the World, Raffles Garden, City Castle Blood and Rosary Apartments, Versailles de Shanghai, Parkview Hyper Castle, etc.). Unmistakably, the boosted free market economy expedited the disengagement of the public sector logically ends up in an excessive privatisation of space. In such a context, everything becomes business, everything is money and everything is a consumption product. Toothpaste is a product, cars are products, art is a product, architecture is a product, living space is a product.

How do we sell a product? We advertise it! The city of products associated itself into the city of advertisements. The Chinese contemporary urban spaces are overwhelmed by images, billboards, signs, neon lights, logos... Naked Asian beauties are promoting the up-to-date Loreal shampoo, whole facades are covered with brands collages, digital renderings of the hyper-super-modern new building inhabited by beautiful rich people are enclosing the construction (destruction) sites of the yet to come happy urban future. "We live in a world of images" should be replaced by a more down-to-earth "We live in the city of images".

What is fascinating about this phenomenon in a country like China is to see with which intensity the fiction of an expected (but improbable) future is continuously plunged within the urban reality. Almost like an urban acupuncture, the images of the bright Chinese and global dreams are colonizing the entire city's points of energy and its between spaces. Phantasms and images of wealthy and luxurious lives, while being projected on every corner street corner, are even imposing the cosmopolitan imaginary tales as the new paradigms. As fictional and real urban spaces interweave, limits are blurred, perceptions are modified and behaviors are transformed. In the city of images, notions such as authenticity, or its reverse, fake, have become obsolete. Architecture has on one hand been merely converted into a physical support for the image and on the other into an image in itself. Lacking structural meaning or essence, it is now seen as a pure representative

or symbolic artefact. Techniques of habillage, camouflage, masquerade, post-modern collages of signs, seem to have replaced architectural thinking and process. The fragmentation of the built environment and of its objects has led to the installation of the images not only in the residual spaces but right on the front stage of the archi-decoration. Out of the architect's control, ads have become a primary architectural material. Most of the times seen as parastyle, these assets in fact truly crystallize the failures of an architectural domain responding to the instability of the city by generic spaces. In the ever standardised environment, one only needs to replace the front billboard and add some furniture in order to transform a shop into a restaurant. Space identity has been transferred from its essence to its signs.

The city of products entails efficiency and profitability upon the built environment. Space has to make money. Facades or roofs of buildings become possible incomes for any owner who decides to rent them to the city of images. Although this phenomenon is somehow global, it has reached such a level in China that one can only be amazed by its proportions. The branded space is everywhere, an incredible density of signs is populating the cities. Every shop, big or small, wears a billboard but either covering half of its body either doubling or tripling in some cases its facade. Huge steel support structures are mounted outright above buildings, on their facades, next to the highways or around construction sites. The enormous energy deployed in these constructions, their impressive frame structures and their surprising and sometimes invasive locations in the city emphasize qualities worth to consider more closely.

Since Under covered spaces has already emerged behind the decorum, these billboards should be regarded more as a potential architectural objects which are precisely waiting a bit of space, effort, materials and possibilities. The depressing mono-functionality of these objects (hold the vertical surface of representation) is calling for renegotiations. The panels and their massive backstage steel structures are waiting for architectural subversion and activation. The whole backstage of the image could be reinvented in order to create what used to be a structure into an infrastructure, a locus for architectural resurgence. How could we live behind or within the image? How could we transform the billboard into something else than a mere representation display? How could we induce usage, programmes and meaning to it? One could imagine an architecture of additions, reconfiguring existing structures and considering them as sites and fertile ground for hybridizations. Prototypes of hybrid billboards could be developed in order to generate new cross-typologies. New ways of inhabiting the city and using its assets could be promoted. ADhouses, ADbars, ADmessag parlors, ADclutches, ADbars, ADcinemas, ADpar LA, ADhotels, etc. If architects engaged critically and creatively with what is still seen as urban parasites, efficient and surprising solutions could emerge and maybe add(d) some more meaning in the city of images.

广告城市

在过去的三十年里,中国的城市面貌发生了戏剧性的变化。“一个城市,两套系统”以及社会主义市场经济给城市和规划的法则带来一个全新的定义。谁在建设中国的城市?既不是城市规划师也不是建筑师,而是投资商、开发商、土地所有者、银行和商人。城市规划者的职责被削减到纯基础设施规划和城市网络设计。同样,在私有土地以及购物中心顶层,开发商建造着豪华的住宅区,冠以“星城”、“公馆”、“丽晶”、“自由城”、“荣耀之地”、“城市贵族”、“美林香槟小镇”、“上东”、“财富中心”、“阳光100”“国际俱乐部”、“国际城”、“世界之巅”“财富公馆”等等引人瞩目的名称。私人空间的日益增多打破了自由市场和公共空间的繁荣。在这种情况下,一切都是消费品。牙膏是商品,汽车是商品,艺术是商品,建筑是商品,居所……当然也是商品。

怎样卖出产品?当然是做广告。商品城市即是广告城市。中国的城市里充斥着广告布、广告牌、招牌、霓虹灯、商标……亚洲美女全裸为欧莱雅的新一代洗发做促销,身体正面粘贴欧莱雅的招贴画。数字化的超高级现代公寓里居住着城市新贵们,四周是建设中的工地,向人们预示着城市的美好未来。我们不仅是被广告包围,我们是生活在广告城市中。

像中国这样的国家,对未来的美好预期和被城市现实清醒之间的落差是广告城市出现的原因。以中国和世界光明未来为主题的广告让城市在幻想和现实中摇摆不定。对富有而奢华的生活的渴望产生了消费泡沫。新产品的广告出现在街道的每一个角落。城市空间的真实和虚拟交织在一起,界限模糊。未来的预期被人们放大,现实也被美化了。在广告城市,真实和虚拟已经没有意义。建筑物一方面为广告提供一个载体,另一方面其本身也是广告。包装与装饰技术,让后现代的招贴画

取代了建筑设计和建造,建筑的尴尬处境,让广告牌不仅仅安装在建筑的空余空间,甚至作为建筑存在。广告成为了一种主要的建筑材料,然而却不受建筑师的控制。依据这种恒定的标准,只需要更换正面的广告,再变动一些家具,就能很快将一个商场变成一个餐馆。建筑根据标签转换角色。

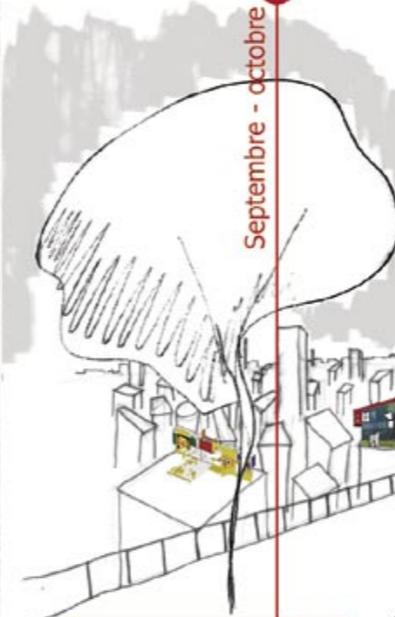
商品城市依靠环境争取效率和利润,空间需要产生效益。建筑物的正面、屋顶都可以出租用于广告,以此作为收入。尽管这种情况在全球范围内都可见,但是要像在中国这样欣欣向荣的确是令人惊奇。广告牌无处不在,城市中广告牌的密集程度令人不可想象。所有的商场,无论大小,都顶着大广告牌,有的是建筑宽度的一半,有的甚至是两倍或三倍。巨大的钢铁支架架立在建筑物的顶端、正面,紧邻高速公路或者在建筑四周。在这个设计中,框架式结构引人注目,有时其独特的摆放方法也能达到令人移目的效果。当然这也引起人们对于其结构质量的密切关注。这个广告体可以被视作未成型的建筑物,它下部由的单体结构支撑着整个垂直面,广告牌和其背后的钢架可以被放倒并用作舞台。整个广告牌的背面都可以再利用,其功能能从结构的一部分转变为基础框架。这是该“建筑”的一个亮点。

我们如何在广告的包围中生活?我们如何将广告牌变成不仅仅是广告的载体?我们如何赋予其实用性,设计性和内在涵意?我们如何让广告重新成为建筑的补充,并给建筑带来更多的功能?原有的广告方式应该更新换代,成为多功能的广告。我们应该推行新方法,依据其在城市中栖息和使用资源,如广告屋、广告商店、广告养生馆、广告厕所、广告酒吧、广告电影院、广告公园、广告旅馆等。建筑师需要采用批判但又创造性的眼光去对待广告,我想终究会找到一条高效且令人耳目一新的解决方案,由此赋予广告城市更多的内涵。



PEKIN PARIS

Septembre - octobre



Publications DOMUS China
Beijing today
That's Beijing
Building review



L'ADhouse est toujours sur pied sur la place centrale de Daning Shanghai. La publicité a été changée et la structure est utilisée comme... panneau publicitaire au milieu du centre commercial. Les 40% du budget (4500 euros) qui avait été avancé n'ont toujours pas été remboursés.

Daning a coupé toute communication.

YES! WE'RE SO HAPPY!
WE JUST FOUND THIS GREAT
PINK BILLBOARD HOUSE BY CHANCE
IN THE NEWSPAPERS AND I LOVE
THIS NEIGHBORHOOD

MOVING IN?

MERCI à

Atelier 100s+1, Peng Le Le, Huang Yi, Diao Zhong, Xu Yixing,
Xiao Jiao et son équipe de constructeurs de l'Anhui, He Long,
Zhai Jia, Xavier Garnier, Man Li, Ou Ning, Liang Jingyu, Zhao Fan,
Leila Dunning, Tinkle Mok, Johnson Lee, Luo Cuen, Oceandes,
Eric Leung, Marco Lai, Ai Xiong, Hong fan et toute son équipe
d'ouvriers, Fiona Meadows, Xavier Juillot, Claude Giverne, Agathe
Pilla, Julien Beller, Sylvia Frey, le club d'Hauteville

BIBLIOGRAPHIE

Alors la Chine ?
Centre Pompidou, Paris (2003)

Architectural encounters with essence and form in modern China
Peter G. Rowe, Seng Kuan, MIT Press, Cambridge, (2002)

Beyond the Neon Lights: Everyday Shanghai in the Early Twentieth Century
Lu, Han-Chao, Berkeley: University of California Press, 1999.

Building Review
e-how, Beijing

Changing Beijing
Piper Rae Gaubatz, Geographical Review 85, no. 1 (1995)

China
Neil Leach, Map book publishers (2004)

China Contemporary, Architecture, art, visual culture
NAI publishers, Rotterdam (2006)

China Lockdown:
Gated communities and stratification in the People's Republic
Neville Mars, Area Magazine, issue 78

China's modern gated cities
Chris Webster, Fulong Wu and Yanjing Zhao
China in Statistics

China's Walled Cities

Knapp, Ronald, New York: Oxford University Press, 2000.

Chinese City: Between Tradition and Modernism
Berlin: Jovis Verlags- und Projektbüro, 2000.

Chinese urban reform : what model now ?
Kwok, Yin-Wang, Parish, Gar-On Yeh, Xu Xueqiang, New York (1990)

Content
Koolhaas, Rem, Taschen (2004)

Danwei : The changing Chinese workplace in historical and comparative perspective
Xiaobo Lü, Elizabeth J. Perry, New York (1997)

Demolishing Partitions: Back to Beginnings in the Cities?
Dorothy J. Solinger, University of California, Irvine, (1998)

Design with High-Density: A Chinese Perspective
Pu Miao, ed., Public Places in Asia Pacific Cities: Current Issues and Strategies
Dordrecht, The Netherlands: Kluwer Academic Publishers, 2001

Gated communities, clubs in a club system.
The case of Beijing (China)
Guillaume GIROIR, University of Orléans

Great Leap Forward
Koolhaas, Rem; Chung, Chuihua Judy; Inaba, Jeffrey; Chang, Bernard; Leong, Sze Tsung
Harvard University. Graduate School of Design. Project on the City; 1. New York: Taschen (2001)

HK LAB
Gutierrez, Portefaix, MAP Office, Hong Kong (2005)

Hukou and Non-hukou, Migrations in China: Comparisons and Contrasts
Kam Wing Chan, Ta Liu and Yunyan Yang
Department of Geography, University of Washington, Seattle, USA
Zhongnan University of Finance and Economics, China

Is History Repeating Itself? From Urban Renewal in the
United States to Inner-City Redevelopment in China
Zhang Yan and Ke Fang, Journal of Planning
Education and Research 23, no. 3 (2004)

Inventing Oasis:
Luxury housing Advertisements and reconfiguring domestic space in Shanghai
Fraser David, 2000

Lun Zhongguo chengshi huanjing de xin yu jiu: yi Beijing wei li" (On
the old and the new in Chinese urban environments: the case of Beijing)
Wu Huanjia.". Jianzhu, xuebao 6 (1988)

La Chine et les Chinois
Lin Yutang, petite bibliothèque Payot (1937)

La Chine des chinois, autoportrait d'une société en mutation accélérée
Courrier international hors série (2005)

L'architecture chinoise
Fu Xinian, Guo Daiheng, Liu Xujie, Pan Guxi, Qiao Yun, Sun Dazhang, Nancy Steinhardt
Yale University, London (2002)

Le monde chinois
J. Gernet, ed Armand Colin (1972)

Made in China

Klein Karoline, Eduard Koegel, Neue chinesische Architektur. Munich (2005)

Made in Tokyo
Momoyo Kaijima, Junzo Kuroda, Yoshiharu Tsukamoto, Tokyo (2006)

Modern urban housing in China, 1840-2000
Peter G. Rowe, Lü Junhua, Zhang Jie, Munich: Prestel (2001)

Neighborhood Regeneration in Beijing:
An Overview Of Projects Implemented in the Inner City Since 1990
Anne-Marie Broudehoux, School of Architecture McGill University, Montreal (1994)

Remaking Beijing: Tiananmen Square and the Creation of a Political Space
Wu, Hung, University of Chicago Press, 2005.

Rediscovering the 'gate' under market transition:
from work-unit compounds to commodity housing enclaves
Fulong Wu, Department of Geography, University of Southampton

Restructuring the Chinese City: Changing Society, Economy and Space
Ma Lawrence; Fulong Wu, New York (2005)

Robert Owen and the Owenites in Britain and America :
Quest for a new moral world
Harrison J., New York, Routledge (1969)

Social space and governance in urban China:
the danwei system from origins to reform
Bray, David, Stanford, Calif.: Stanford University Press, 2005.

Sois riche et tais-toi !
Portrait de la Chine d'aujourd'hui
Eric Meyer, ed Robert Leffont, Paris (2002)

Streetlife China
Dutton, Michael, New York: Cambridge University Press, 1999

The China difference, city studies under socialism and beyond
Dorothy J. Solinger and Kam Wing Chan

The making and selling of post-Mao Beijing
Broudehoux, Anne-Marie, London; New York: Routledge, 2004

The Second Face of Chinese Metropolitan Cities:
The Spatial Structure and Social Behavior of the Migrants
Xiao Hu, College of Architecture, University of Nebraska-Lincoln, US.

Totalstadt. Beijing Case
Gregor Jansen, Peking Goethe Institute, ZKM Karlsruhe, 2006

Transcending Boundaries: Zhejiangcun: the Story of a Migrant Village in Beijing
Xiang Biao, traduction Weldon, Jim, Leiden; Boston; Bedfordshire: Brill, 2005.

Urban morphology of the Chinese city: cases from Hainan
Kai Gu, School of Urban and Regional Planning, University of Waterloo

Urban Planning in China: Continuity and Change
American Planning Association. Journal of the American Planning Association; 4/1/2006

Urban renewal in Beijing
observation and analysis_ McGill, Canada

Urban Space in contemporary China

Davis, Deborah S., R. Kraus, E. Perry, B; Naughton, Cambridge (1995)

Vernacular architecture of Yunnan

Kunming (2003)

Western images of China

Mackerras Colin, Oxford (1989)

Internet :

Dynamic city foundation, Neville Mars, Beijing

Sinocities, Shanghai

Da Zha Lan Project

Michael wolf photos

Edward Burtynsky

Centre d'étude français sur la Chine contemporaine

Ou Ning blog

etc...