

*Que la notion de paysage en vienne à être appliquée aux sites industriels montre la force de l'exigence paysagère contemporaine ; inversement, parce qu'un paysage industriel est totalement construit, sa conception oblige à s'interroger sur ce qui fait paysage pour le regard. À partir de l'espace bâti, une réflexion de portée générale sur le paysage.*

Résumé en anglais p. 305

## PAYSAGE ET ENTREPRISE

### Une dialectique capricieuse

Paysage et entreprise n'ont pas toujours fait bon ménage. Leurs relations évoluent dans le temps, présentant même une certaine faculté de "réversibilité". La conception des pratiques paysagères et les représentations idéales de nature n'évoluent en effet pas toujours au même rythme. C'est ainsi que les paysages issus de la Révolution Industrielle, longtemps associés aux représentations négatives des premières formes de l'industrie lourde et des conditions sociales aliénantes qui y régnaient, sont à présent considérés comme des "archéo-paysages".

Aujourd'hui, soit au temps *t*, les deux générations de sites d'activités qui suivent l'après-guerre sont considérés comme deux paysages radicalement opposés :

- Les Z.I. ou Z.A., expression accomplie des Trente Glorieuses, ont été en leur temps aménagées sans que l'on se soucie le moins du monde de leurs incidences sur le paysage. Or cette indifférence est très mal assumée aujourd'hui ; elle choque ou indigné même. On peut déjà ici appréhender la dynamique paysagère, dans son jeu d'appréciation esthétique.

- Les parcs d'activités (par extension : parc d'affaires, technoparc...), successeurs de la précédente génération dès les années quatre-vingts, soulèvent l'enthousiasme général. Mais s'agit-il véritablement de créativité en matière de paysage ? Quel sera le résultat de cet engouement demain ?

Les colloques de la dernière décennie, pour ne citer que les plus évocateurs, ou provocateurs : "Mort du paysage" (1982), "Au-delà du paysage Moderne" (1991), "Hypothèses pour une troisième nature" (1992), "Paysage et crise de lisibilité" (1993)... traduisent le désarroi de nos sociétés face au paysage, en forte mutation.

### RÉSUMÉ : Paysage et entreprise

Sur la scène périurbaine, deux générations de sites d'activités se juxtaposent aujourd'hui : les Zones Industrielles ou d'Activité (Z.I. ou Z.A.), conçues comme des parenthèses "extra-paysagères" issues des "Trente Glorieuses", et les parcs d'activité ou technoparc de composition soignée nés des années quatre-vingts. Ces deux concepts font l'objet d'une vision manichéenne. En effet, si leur nécessité économique est reconnue sans ambiguïté, les Z.I. ou Z.A. sont jugées comme des "hérésies" paysagères, tandis qu'à l'inverse les parcs sont perçus presque comme des "aménités" paysagères.

L'objectif de cette réflexion est de comprendre, puis de dépasser cette alternative. On analysera d'une part l'origine du concept de Z.I. ou Z.A. ; puis on verra en quoi elles apparaissent comme des paysages censurés par le regard de nos sociétés, mais aussi comment certaines sont susceptibles de devenir un support esthétique, et de constituer des paysages virtuels.

On exposera d'autre part les conditions qui président à l'émergence et au développement des parcs d'activité, en expliquant cet enthousiasme et en le relativisant. Certaines entreprises engendrent de véritables expressions créatrices, alors que d'autres ne constituent qu'une nouvelle "recette" tertiaire, menaçant de banaliser nos paysages.

Les paysages conçus ou improvisés par les entreprises, souvent perçus de façon négative, cristallisent une part des ces interrogations. Si les Trente Glorieuses ont marqué le paysage du sceau ingrat des Zones Industrielles ou d'Activités (Z.I. ou Z.A.), les années quatre-vingts inaugurent avec enthousiasme le concept de "parc d'activités ou d'affaires". Cette transition signifierait que l'on soit passé de la mise entre parenthèses du paysage d'activités, à l'entreprise comme motif paysager à part entière.

Une discrimination esthétique manichéenne est aujourd'hui établie entre zones et parcs, qualifiant les premières d'"hérésies" paysagères et les seconde d'aménités paysagères...

Cet arbitrage, catégorique, mérite réflexion. Car le paysage est une affaire de temps, ce qui signifie que les critères d'appréciation esthétique évoluent ; d'autre part le paysage est une question d'art, ce qui implique que s'en remettre inconsciemment au "bon goût" (esthétique vulgarisée) peut induire en erreur ou du moins limiter sérieusement les opportunités de découverte.

C'est pourquoi à partir de cette problématique – le manichéisme paysager zone/parc est peut-être relatif – on exposera d'abord la dialectique paysage-entreprise, et on développera ensuite deux hypothèses, en seconde et troisième parties : "les zones, paysages censurés ou paysage virtuels ?" puis "les parcs, création ou standardisation paysagère ?"

Force est de constater que rien n'est jamais acquis définitivement, que la perception du paysage comporte une quatrième dimension, le temps. Une certaine souplesse et une certaine prudence s'imposent donc pour parler du paysage, et tout particulièrement de ces paysages d'entreprises appréciés sans demi-mesure. Il convient tout d'abord de les traiter pour ce qu'ils sont, c'est-à-dire des objets bien spécifiques, singularisés par des nécessités fonctionnelles, économiques, médiatiques et publicitaires. On peut alors montrer qu'il existe plusieurs scénarios de présentation des entreprises dans le paysage.

### *Impératifs fonctionnels et scénarios paysagers*

Les sites industriels s'inscrivent en effet dans une logique de localisation et d'organisation *ad hoc* : commodité d'accès (proximité immédiate d'infrastructures) et de stationnement, volume des bâtiments, souci d'effet "vitrine", rationalité des conditions de la production et d'ergonomie le cas échéant, etc.

Après observation sur le terrain, on peut établir un modèle-type de perception de ces sites, en distinguant deux échelles de perception : l'une externe, cinétique et centrifuge, l'autre interne, lente ou statique et centripète. Plus précisément, il s'agit d'une part de la façade ou vitrine routière saisie à l'échelle du paysage cinétique, perçue par tout automobiliste ; et d'autre part de l'intérieur ou cadre de travail et d'accueil, perçu à une échelle ralentie (véhicule) ou quasi-sta-

tique (piéton), celle de la cour ou du jardin, par les salariés et les clients.

À partir de ces impératifs fonctionnels indispensables à la vie des entreprises, constituant un dénominateur commun paysager, on distingue quatre modes d'inscription des entreprises dans le paysage (quatre « scénarios »). Deux sont conçus en termes de rupture avec le paysage récepteur : l'un procède par agression (par altération) de ce paysage, l'autre le nie en lui substituant une identité étrangère (par création exogène ou par standardisation). Les deux autres cherchent au contraire la "continuité", le contact, avec le paysage récepteur à travers soit une intégration à ce paysage (par camouflage) soit une valorisation de ce paysage (par mise en lecture).

L'analyse des paysages d'entreprises présentée va être conduite par une méthode d'analyse qui s'inscrit dans un parti conceptuel défini.

### *Méthode d'investigation : artialisation in situ et in visu*

La méthode choisie pour mener cette recherche est développée à partir du concept d'*artialisation* proposé par A. Roger (1978) et d'une méthode d'analyse paysagère opérationnelle, qui est celle enseignée par F. Tanguy (1991).

Comme l'expose A. Roger, le paysage résulte d'un accomplissement esthétique réciproque entre la création sur le terrain, *in situ* (l'œuvre du jardinier, du paysagiste, de l'architecte) et les représentations, *in visu*,



éduquées par la production artistique (l'œuvre du peintre, de l'écrivain, du photographe, du cinéaste). Le pays est ainsi *artialisé* ou "mis en art", pour devenir alors paysage. Cette quête esthétique d'un idéal de nature suppose, cela va sans dire, la synergie des deux niveaux d'action et de réflexion *in situ* et *in visu*. En cas de divergence, il n'y a plus reconnaissance, ni *de facto* appréciation du paysage.

La méthode d'investigation consiste donc à confronter l'étude des sites d'activités *in situ* aux réactions qu'ils provoquent *in visu*. À partir d'exemples représentatifs des deux générations de sites d'activités, et des quatre scénarios définis ci-dessus, localisés en périphérie de Rennes, on pourra identifier et interpréter le paysage des concepts de zones et de parcs.

L'identification plastique – *in situ* – de chaque étude de cas est réalisée à partir de la méthode de F. Tanguy, en façade du site comme à l'intérieur. Cette méthode distingue les constantes d'ambiances de la "géométrie" du paysage, prédéfinies comme des codes collectifs, consensuels. Les constantes d'ambiances s'apprennent en termes : d'échelle (individu, collective, monumentale, vitesse...), de contrastes/harmonies (couleurs, formes, matières...), de transparences/opacités, d'alternances, d'effets de porte et de fenêtre ; la "géométrie" du paysage se caractérise par la reconnaissance : de lignes (horizontales, verticales, courbes, obliques), de points (focaux, d'appel, de repère, correspondance ou concurrence), de volumes (écran, accompagnement, équilibre), d'axes (symétrie/dualité, orienté/épaulement), de rythmes (perpendiculaires, fuyants).

Ces codes visuels (ou clés de lecture) permettent, par leur signification collective, une mise en lecture du paysage *in situ*, ainsi qu'une mise en évidence de ses images-force (les caractères prégnants de son identité). L'analyse paysagère du site ainsi dégagée est ensuite systématiquement confrontée aux interprétations – *in visu* – dont elles font l'objet, traduites par de nombreux extraits ou citations évocateurs.

On vient de voir avec quelle souplesse les critères de reconnaissance esthétique du paysage s'apprennent, autrement dit, que l'arbitrage zone/parc d'activités peut être relativisé. Si des impératifs d'aménagement inhérents à l'activité des entreprises se posent comme des constantes paysagères, ils sont néanmoins déclinés selon quatre scénarios paysagers caractéristiques, se dissociant dans leur rapport avec le site récepteur. En identifiant et en interprétant des études de cas représentatives – *in situ/in visu* –, on verra en quoi les Z.I. ou Z.A. sont effectivement susceptibles d'hypothéquer le paysage – traditionnel –, mais aussi comment, à l'inverse, certaines peuvent peut-être faire l'objet d'une *artialisation*.

### ZONES INDUSTRIELLES : HYPOTHÈQUE ET/OU ARTIALISATION PAYSAGÈRE ?

Le contexte qui préside à l'émergence des zones industrielles détermine le paysage de cette génération de sites d'activités. Elles sont en effet l'expression accomplie des Trente Glorieuses, marquée par une

conjoncture économique euphorique, un développement rapide, l'apparition de la consommation de masse. Elles sont également le produit du fonctionnalisme, qui d'une part opère une ségrégation de l'espace en zones spécialisées, et prône d'autre part une antinomie lourde de conséquences : "l'utile n'est pas le beau", disait Le Corbusier. C'est pourquoi les zones sont conçues comme des parenthèses paysagères, consacrées aux seuls impératifs de la production, et reproduisant un modèle standard dans l'improvisation totale.

### La Z.I. ouest de Rennes : de l'indifférence à l'hypothèque paysagère

Première du genre en France, cette zone prototype inaugure la diffusion d'une longue série : « Créée en 1952 par Prod'homme, la Z.I. de Lorient constituait une quasi-première en France. Usines, entrepôts, ateliers s'implantaient à l'époque au hasard des terrains libres, et les grouper de manière volontariste sur des terrains constituait une idée neuve vite imitée dans tout l'hexagone » (Gaudez, 1991).



Z.I. ouest : anarchie et indigence.



### Identification : un décor standard et anarchique

Le paysage de la Z.I. ouest se caractérise *in situ* par son aspect standard et anarchique. Standard d'abord parce que c'est le type d'aménagement d'activités type, reproduit en série dans tous les lieux, quels qu'ils soient : un amas de "boîtes", exposant leur marque sur un mur aveugle, qui s'étire en chapelet le long de la façade routière. Ces parallélépipèdes, habillés d'un "bardage pyjama", sont disposés de part et d'autre du parcours de transit interne, comme des cases d'un jeu de l'oie. La voirie et les parkings constituent un vaste couloir qui s'achève par une "raquette" ou voie de retournement. Bref, autant d'expressions significatives traduisant l'ironie du jargon des aménageurs à l'égard de ces stéréotypes.

Anarchique ensuite parce que ces zones se développent à l'échelle de la parcelle, de façon spontanée et improvisée. L'alignement des façades en créneau aléatoire, la multiplicité et l'hétérogénéité des enseignes, des clôtures et des aires de stockage orchestrent un désordre évident. Force est de constater que ce type de séquence visuelle renvoie un écho négatif.

### Interprétation : échelle de lecture inadaptée et agression culturelle

Ceci s'explique clairement en termes de perception et de représentation. On constate en premier lieu qu'en termes de perception, l'échelle s'avère totalement inadaptée, tant en façade routière qu'à l'intérieur. La "vitrine" de la zone, pourtant support promotionnel, se présente paradoxalement de façon illisible pour le public visé, l'automobiliste. La lisibilité d'un paysage – son identification – résulte en effet d'un subtil équilibre entre le nombre d'éléments et leur ordonnancement. Or, à 90 - 110 km/h, la perception de l'automobiliste se réduit à quelques éléments ponctuels, très forts. Ce qui n'est pas le cas ici, et c'est pourquoi ce dernier ne perçoit dans son approche cinématique de la zone d'activité qu'une séquence visuelle illisible, tel un amalgame d'entrepôts et de pancartes.

Il en va de même du "parcours interne". Conçue à l'échelle "monumentale" du poids lourd et celle, collective, du véhicule, la voirie est large et bordée de parkings latéraux servant de parvis aux entreprises. Le piéton, dont l'échelle n'est absolument pas considérée, se trouve ainsi plongé dans un profond malaise, perdu dans un vaste "vide" inhospitalier.

Le malaise est accentué en termes de représentations par une non-reconnaissance culturelle, inquiétée par l'apparition de nouveaux décors : « Les constructions, les terrains vagues, les entrepôts en s'inscrivant sans intelligence dans un site paraissent constituer une injure à notre culture, à notre histoire, à nos racines » (Cabanel, 1989). Excluant la dimension esthétique, l'aménagement des zones industrielles agresse ainsi nos schèmes esthétiques traditionnels. Repères ou œillères, ces filtres culturels peuvent amener à rejeter toute structure nouvelle qui n'a pas encore de codes d'appréciation décelables... à l'instar des Z.I. notamment.

Enfin, un autre facteur de représentation négative réside dans le caractère standard des zones, qui nie l'identité du territoire à travers laquelle une société se reconnaît culturellement. C'est ce que M. Augé (1992) qualifie de "non - lieu". La Z.I. ouest évoquée ici, comme bien d'autres en France (Z.I. nord, Z.I. sud est...), a ainsi confisqué un lieu – identité et toponymie – en faisant table rase de tout ce qui lui conférerait une identité propre. Ces zones aux "quatre points cardinaux", qui pourraient se localiser aux "quatre coins" de la Terre, quels qu'ils soient, portent atteinte aux identités de nos sociétés en les reniant. Elles supposent un espace isotrope et non un territoire, dont l'identité et les pratiques ne sont pas généralisables à l'infini.

On peut donc constater que face à ce type de zone, anarchique et stéréotypée, le décalage entre l'*in situ* et l'*in visu*, tacite à l'origine, apparaît aujourd'hui intolérable. En revanche, certaines zones, aux caractéristiques différentes, semblent devenir un motif paysager ; l'*in situ* et l'*in visu* seraient désor-



mais susceptibles de se correspondre. Cette artialisation naissante sera illustrée par la Z.I. de Vern / Seiche (Joliet, 1992), implantée à 6 km au sud de Rennes. Cet exemple évoque un autre type de zone très répandu, comprenant des éléments de composition industriels très signifiants. Ici ils émergent à présent comme un support esthétique potentiel.

### La Z.I. de Vern/Seiche : de l'accident à l'événement paysager

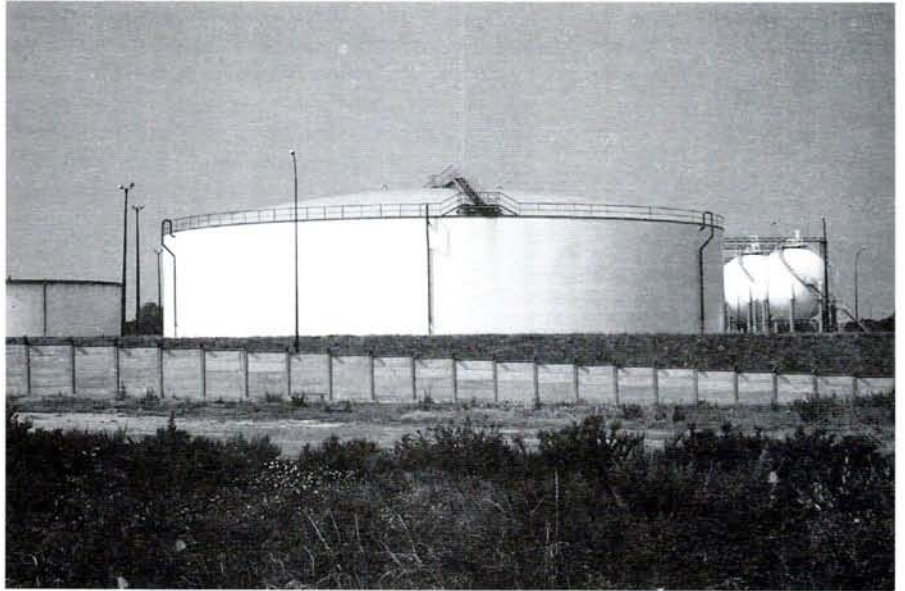
Implantée en 1965, la raffinerie de la compagnie Antar fait de Vern une commune "émirat". Mais dix ans plus tard, elle accuse de plein fouet le choc pétrolier, elle est stoppée en 1980, à bout de souffle. Le complexe de raffinerie est vendu au Texas, où il sera remonté, tandis que l'activité de stockage est conservée et reprise par Elf.

Si la silhouette de cette construction a paru incongrue et si sa présence a été jugée indésirable à l'origine, elle semble aujourd'hui devenue partie intégrante du paysage communal. C'est dans ce sens qu'elle incarne à présent un paysage virtuel, dont l'esthétique est susceptible d'être déployée.

#### Identification : unité et originalité des citernes de stockage

Cette zone comporte deux entités paysagères. La première constitue l'enveloppe de la zone, une "vitrine" surchargée et incohérente type, à l'instar de celle évoquée ci-dessus. Elle résulte de la colonisation d'entreprises qui se sont agglomérées autour de la firme "locomotive" Elf, enchâssée au cœur de la zone.

Cette partie centrale, qui se compose d'un ensemble de citernes de stockage de carburant et de bonbonnes de gaz, incarne la seconde entité paysagère. Cet élément de composition original émerge aux deuxième et troisième plans de la façade routière incohérente. On le distingue par son échelle monumentale et son homogénéité, donc par sa clarté de lecture. Il est composé de peu d'éléments, de surcroît peu diversifiés ; néanmoins, leur ordonnancement est relativement varié. Cette logique de distribution permet d'éviter une sensation de monotonie



Z.I. de Vern/Seiche : une artialisation contemporaine dans l'esprit du Centre G. Pompidou.

et d'austérité, tout en préservant la facilité de lecture de l'ensemble. L'unité de composition de ce paysage repose sur deux clés de lecture : harmonie de volumes et harmonie de couleurs. Les volumes sont ronds : cylindres trapus des citernes et sphères ou boules des bonbonnes de gaz. Un blanc éclatant dominant la toile de fond relève les teintes aquarelles lumineuses des accessoires (couvercles bombés, échelles d'accès, tuyauteries externes...) : vert jade, bleu piscine, ocre vénitien et rouge cerise. Des lampadaires élancent çà et là leur silhouette longue et cintrée au-dessus de ce décor. La présence de ces glaives dynamise le paysage.

Cette mise en scène est par conséquent originale dans son parti paysager. Loin de camoufler les caractères prométhéens de l'industrie lourde, elle les exacerbe.

#### Interprétation : patrimoine et artialisation

En termes de perception, l'unité Elf exprime un timide souci d'esthétisme. Sa lisibilité, d'une part, et d'autre part, les volumes ronds – cylindres et sphères – habillés de couleurs printanières procurent une sensation de fantaisie, de légèreté, d'une mise en scène maîtrisée. Cette artialisation

*in situ* est récente. C'est en 1985 qu'à l'initiative du maire, cette aire de stockage a été requalifiée dans l'esprit "Beaubourg" du Centre Culturel G. Pompidou.

Cette unité paysagère est devenue un point d'appel – guide optique – mais aussi un point de repère – charge symbolique – de la zone. Par sa force et sa cohérence, elle est ainsi nettement perçue par le public automobiliste.

Une telle expression claire et esthétique s'accompagne de représentations positives. En effet, si le site a été requalifié, c'est le signe que notre regard est lui-même en évolution. L'engouement patrimonial et paysager actuel est le vecteur de cette artialisation récente, à l'instar de nombreux sites industriels comme celui-ci. La disparition annoncée de l'activité secondaire lourde, relayée par le tertiaire, est à l'origine de ce mouvement. Dès lors, toute architectonique symbolique – sheds, cheminées, hauts fourneaux – devient vestige d'une épopée sociale révolue : « En tant que formes de bâtiments, l'usine emmagasine la mémoire des forces sociales, techniques, et économiques de son époque. » (Clipson, 1992). C'est ainsi que dans cet ensemble de citernes et de bonbonnes requalifiées, la population locale

retrouve son identité collective, par procuration en quelque sorte. Ce décor exogène a été accaparé par la société qui l'a fait sien.

L'exemple de cette zone est intéressant parce qu'il esquisse la volonté de retrouver une poésie paysagère à partir d'un support industriel. Une poésie parce que l'effet esthétique est déclenché par métaphore, à partir d'un élément symbolique qui fait appel à l'imaginaire individuel ou collectif. Cette démarche positive enrayer l'assimilation – vue comme fatale – entre l'utile et le laid et s'affranchit ainsi de codes esthétiques caducs, du moins figés. Cela traduit l'évolution des pratiques et des regards. La patrimonialisation est donc un processus, qui, en exhumant la symbolique industrielle, concourt ainsi à révéler une certaine sensibilité paysagère.

Ces exemples permettent de comprendre le rejet entretenu à l'égard des zones industrielles, qui s'explique par une composition indigente, anarchique et standardisée, interprétée comme une imposture culturelle. Ceci ne doit cependant pas devenir une censure de principe, car on a pu aussi voir qu'avec le temps, certaines sont à l'origine d'une poésie paysagère retrouvée à partir de la symbolique industrielle. Tout en

restant critique et vigilant, il s'avère essentiel de se garder d'un "intégrisme" paysager, excessif par définition, et d'être prêt à accueillir une nouvelle esthétique. Toutes les zones industrielles n'hypothèquent donc pas le paysage et, par le biais d'une *artialisation*, certaines peuvent devenir un support esthétique contemporain.

Cette ré-association des pratiques et des regards traduit un renouvellement de notre sensibilité paysagère. Cette opportunité engendre une nouvelle conception des sites d'activité. Et malgré l'inertie des pratiques - le modèle des zones s'essouffle - se profile une nouvelle génération d'entreprises, paysagées.

### LES PARCS : CRÉATION OU STANDARDISATION PAYSAGÈRE ?

#### Contexte d'émergence et développement

Au concept de zone se substitue depuis une quinzaine d'années celui de "parc d'activités, d'affaires", "technoparc"... Cette version revue et corrigée de la précédente génération de sites d'activités est placée sous le signe de la synergie entre paysage et entre-



Z.I. de Vern/Seiche : harmonie de volume et de couleurs, un paysage virtuel ?



prise. La qualité du paysage exprime désormais celle de l'image de marque. On entre dans ce qu'A. Berque (1991) appelle "l'ère du paysagement" : tout devient sujet à paysage... L'entreprise devient même un exercice de style remarqué pour les architectes et paysagistes contemporains. Pour ne citer qu'eux, évoquons : Ch. de Portzamparc avec Atlanpole à Nantes, B. Tschumi avec le jardin d'entreprises à Chartres, l'équipe R. Piano et Dalnoky avec Thomson CSF à St-Quentin-en-Yvelines... On pourrait même se demander si ces compositions ne cristallisent pas la résurgence du mythe de la Cité-Jardin. Cette utopie hygiéniste, proposée par le britannique Howard à la fin du XIX<sup>e</sup>, exalte et concrétise l'idée d'un mode de vie à la mesure de l'homme et de la nature. Cette symbiose se traduit tant dans l'organisation de la ville que dans le nombre limité d'habitants, et encore dans son implantation rurale. Le concept fait recette bien au-delà de l'Europe et il reste encore vivace aujourd'hui. Les principes généraux qui sous-tendent la conception des villes nouvelles des années soixante-dix-quatre-vingts évoquent donc une filiation évidente.

Deux raisons donnent à penser que les parcs d'activités sont également inspirés

de cet héritage : d'une part leur implantation périurbaine ou rurale, souvent *ex nihilo*, l'échelle "humaine" du projet, le dessin du plan masse (allées courbes et distribution du bâti), le choix de matériaux nobles, qui concrétisent l'aspiration d'une réelle harmonie avec la nature, d'autre part la terminologie elle-même, à travers laquelle se désignent ces nouveaux parcs : "parc, jardin, domaine, pré... d'entreprise". Ce vocabulaire n'est pas innocent et fait appel à un idéal de nature, maîtrisée et féconde, emprunté à l'hygiénisme et au romantisme du siècle dernier.

Cela étant, deux tendances illustrent cette volonté de composer avec le paysage. La première relève de la création, tandis que la seconde semble constituer une forme cachée de standardisation.

#### De la création paysagère...

Par création, on entend esprit de composition qui innove, qui ne consiste donc pas à camoufler, décorer ou encore à copier une "recette". Dans ce sens, la conception de Canon Bretagne (Hayama, 1992) comme celle du parc d'affaires Alphasis, repose sur un principe d'analogie et de complémentarité. Ces réalisations per-

mettent, tout en présentant l'entreprise, de mettre en lecture le paysage environnant. Ainsi sont révélés deux paysages bretons typiques : la lande et le bocage.

#### Identification : une mise en lecture paysagère

Les conceptions qui valorisent l'entreprise et le paysage à l'unisson seront ici vues à travers deux versions différentes, en termes de secteur d'activité et de culture : le parc tertiaire Alphasis, français, qui réinterprète la structure bocagère avec une mise en scène paysagère "extravertie" ; l'unité de production Canon Bretagne, société japonaise, qui révèle la lande avec une mise en scène paysagère "introvertie".

L'aménagement du parc d'affaires Alphasis comprend un ensemble de bureaux agrégés en contrebas de l'échangeur nord de Rennes, à Saint-Grégoire. Son parti paysager se caractérise par deux idées forces, en termes de structure et de texture. D'une part, la silhouette trapue des volumes bâtis réinterprète la physionomie courte et verticale des haies. Concentrés et dessinés en deçà de la ligne de crête qu'ils laissent apparaître à l'arrière-plan, les modules de bureaux s'inscrivent dans le rythme des écrans végétaux ; dans un jeu de claires-voies, une vaste fenêtre est découpée pour les présenter au premier plan. D'autre part, la texture en verre fumé miroir, qui occulte la masse des bâtiments, réintroduit par le reflet la présence immédiate du paysage rural et la course des nuages.

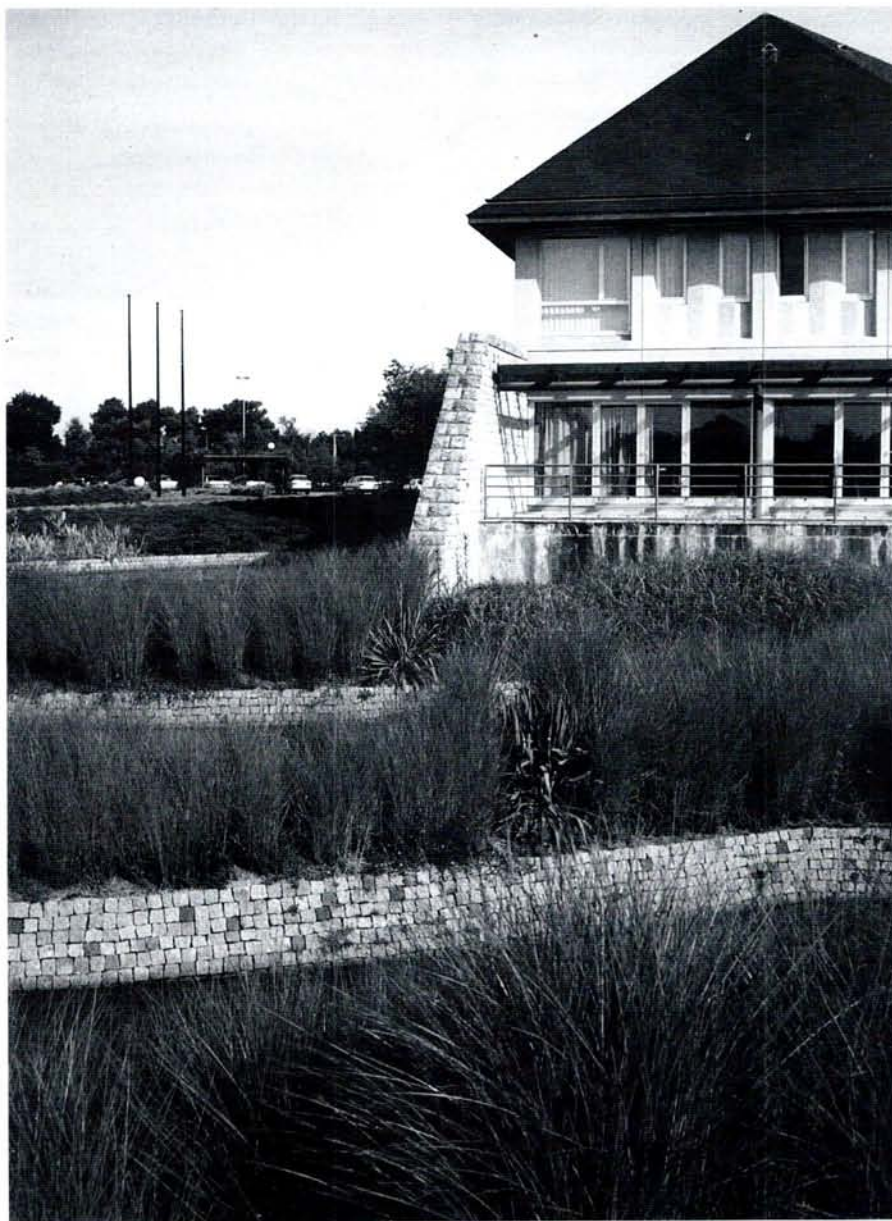
Ce scénario de mise en valeur "extravertie" est également celui choisi par la firme Minolta qui épouse la silhouette oblique des Vosges (Hayama, 1992), de l'usine Pechiney qui ourle l'horizontale du cordon dunaire de Dunkerque, d'IBM International qui réinterprète l'identité de chaque pays où elle s'implante...

Un autre type de scénario, "introvertie", peut participer à la mise en lecture du paysage récepteur. Tel est le cas de Canon Bretagne (Joliet, 1992), qui révèle la lande bretonne.



Canon Bretagne : paysage breton et paysage nippon... à l'unisson !





Canon Bretagne : mise en lecture de l'identité bretonne et nipponne (granit, ardoises, métaphore de la rizière, toitures pyramidales...).

Implantée en 1983 à Liffré, 15 km au nord-est de Rennes, cette firme s'insère entre lande et forêt à 3 km en marge de l'axe qui rejoint Fougères. Cette situation "isolée" témoigne d'une recherche de discrétion. Cela s'explique par le fait que cette multinationale est déjà connue, qu'il s'agit

d'une unité de production et non d'un siège social, et enfin parce que ce projet émane de la culture orientale. Canon ne revendique pas ici une publicité tapageuse en façade routière, à l'occidentale, mais choisit de privilégier son cadre de vie ; cela à travers le filtre de sa sensibilité à l'espace et à la nature.



Cette composition met en scène l'entreprise et le paysage, en mettant en exergue leur identité respective, nipponne et bretonne.

Trois sous-jardins constituent le premier plan, qui célèbre l'architecture déposée au second plan. D'ouest en est ils se succèdent, composés par des thèmes "lecteurs" de l'organisation spatiale : un jardin dans un esprit "réception", dense et fleuri, qui marque l'entrée officielle et annonce les bâtiments administratifs de Canon ; un jardin "transition" le prolonge, devant l'usine et de part et d'autre de l'accès des transporteurs ; vient enfin, un jardin dans un esprit "réservé", constitué d'écrans végétaux autour d'un plan d'eau, dont l'atmosphère feutrée sertit le restaurant et les terrains de tennis du personnel.

L'identification de ce paysage repose sur trois clés de lecture :

- un contraste de volumes et de formes, qui introduit une distinction des fonctions, des usages : les bâtiments administratifs sont matérialisés par des toitures d'ardoise en pyramides, tandis que les unités de production sont caractérisées par des parallélépipèdes blancs ;

- un gradient de densité de la composition végétale : elle est intensive et travaillée au cœur de la composition, autour de l'architecture, et extensive en périphérie, en opérant ainsi une transition progressive vers le paysage récepteur ;

- la coexistence d'éléments symboliques culturels, nippons et bretons. Des matériaux comme l'ardoise, le granit ; des végétaux comme les hortensias, la bruyère, des résineux qui préexistaient, soulignent l'identité bretonne. L'origine japonaise de Canon est marquée par des volumes pyramidaux, un fleurissement très discret, avec des érables rouges et des roseaux à profusion. Ce sont surtout les bassins à incendie qui sont conçus comme une métaphore de la rizière : petits plans d'eau étagés, tapissés de pavés gris, où se dressent avec hardiesse des roseaux luxuriants.

La composition paysagère de Canon est riche de significations. Elle signe son

empreinte culturelle d'appartenance tout en mettant en scène l'identité du paysage d'accueil, introduit et matérialise une partition de l'espace, en distinguant les fonctions administratives de celles de la production, les fonctions officielles de celles de détente, en opérant une transition progressive vers le paysage récepteur.

L'identification de ces deux parcs d'entreprises, Alphasis et Canon, permet d'appréhender une démarche paysagère et de promotion de l'entreprise. On se penchera maintenant sur l'interprétation de telles signatures paysagères, sur cette nouvelle dialectique du paysage qui se fonde sur la recherche d'une synergie avec l'environnement.

#### *Interprétation : pour et par le paysage*

La clé de réussite de ces "greffes" réside dans une démarche artistique ingénieuse et novatrice. Il ne s'agit pas en effet d'une plantation de camouflage, ni de la reproduction d'une "recette". Cet exercice créatif émane d'un principe préconisé par B. Lassus (1991), l'"analyse inventive". Cette dernière consiste à faire resurgir les strates paysagères enfouies, mais en les réinterprétant selon leur nouvelle vocation – ici économique – autrement dit, dans leur dynamique actuelle.

Au demeurant, cette démarche paysagère créatrice n'est pas générale. De nombreuses autres pratiques récentes apparaissent plutôt comme des répliques ou des copies paysagères. Sous couvert de reconnaissance esthétique par le grand public, ces reproductions sont étrangères au lieu et surtout sans surprise. C'est pourquoi on analysera maintenant ce type de parcs d'entreprises, à travers deux études de cas représentatifs, implantés près de Rennes.

#### *... à la standardisation...*

#### *ou à la banalisation du paysage*

Ce parti de composition associe certes fonction et esthétique. Cela dit, il ignore l'identité du lieu en aménageant un modèle exogène ou encore de série. Ces projets sont significatifs de conceptions en

vigueur, qui sous l'ambition de faire du paysage cachent une "recette". Elles méritent réflexion.

#### *Identification : la reproduction de deux archétypes : jardin traditionnel et module tertiaire contemporain*

Deux études de cas illustrent ce principe, selon les variables temps, secteur d'activité, et décor :

- la direction régionale et unité de production Ricard, conçue dans les années soixante, qui est agrémentée d'une réplique d'un jardin mixte traditionnel ;

- le Technoparc de Cesson-Sévigné, aménagé en 1990, qui présente une copie, fidèle, du modèle de développement tertiaire contemporain.

Bref, on identifiera la reproduction de deux archétypes, le jardin académique et le "module tertiaire".

L'entreprise Ricard s'est implantée en 1965 à Noyal-sur-Vilaine, à 10 km de Rennes en direction de Paris. Elle a choisi de s'implanter en haut de côte, en belvédère, avec un décor ostentatoire très reconnu : celui de l'art des jardins "à la française". L'architecture est caractéristique des années soixante, par ses volumes et les couleurs de la marque. Une architectonique cartésienne en barres, qui chacune arborent la marque Ricard. Les trois couleurs primaires – bleu, jaune et rouge – emblème de la firme, constituent un contraste qui renvoie une image très dynamique. L'ensemble est déposé dans un écrin de verdure, de facture académique. Ce parc est composé d'un jardin régulier "à la française" au premier plan, avec notamment des roseraies ordonnées, et d'un jardin à "à l'anglaise" de style libre au second plan, comme pour se fondre dans le paysage rural à l'arrière-plan. L'entreprise Ricard a donc choisi de reprendre à son compte un modèle culturel emblématique pour incarner son image de marque. A l'instar de celle-ci, toutes les directions régionales Ricard sont calquées sur ce décor choisi et défini...

Pour éclairer encore le concept de reconduction, on abordera un second exemple, le Technoparc de Cesson. Il s'agit





Technoparc de Cesson-Sévigné : un module de bureaux comme les huit autres du plan-masse « échiquier ».

également de la reproduction d'un modèle, mais ici d'une variante sous la forme tertiaire et contemporaine, d'envergure internationale.

Ce parc d'affaires est situé sur la route de Paris à la sortie est de Rennes, et se greffe sur le rond-point de la commune de Cesson-Sévigné. Il a été conçu en 1990 d'après un concept polychromique "gris-vert" très contemporain, caractéristique des sites tertiaires aujourd'hui. Des cubes, "design", en verre fumé miroir sont alignés selon un plan orthogonal. Les éléments de cet échiquier sont tous identiques, et seul le fronton – l'enseigne – varie. C'est un repérage alphabétique qui permet de les distinguer et de s'orienter : Bâtiment A, Bâtiment B... Le décor végétal intérieur, aseptisé, est réduit à quelques pelouses, à l'instar d'un green anglais, ponctué de bouquets fleuris qui signalent les entrées. Un rideau de peupliers se déploie en façade routière ; le fût des troncs rythme la vue latérale de l'automobiliste, et participe ainsi à la cadence de l'ordonnancement interne. Par son aspect "design" et ordonné, le paysage de ce Technoparc suscite une reconnaissance esthétique, en exposant pourtant un décor très impersonnel.

Ce type de mise en scène reprend en effet le modèle classique de développement

tertiaire que l'on retrouve dans de nombreux pays industrialisés occidentaux. Cette standardisation s'explique notamment par la flexibilité imposée à ces ensembles immobiliers ou "bureaux en blanc" : chaque bureau doit pouvoir s'adapter en permanence à l'alternance et à la diversité des occupants. Par conséquent, on s'interrogera sur l'interprétation de ce type de compositions qui constituent autant de répliques paysagères.

#### *Interprétation : ubiquité et paysage ?*

On vient de voir que ce principe de composition consiste en la reproduction d'un modèle déjà reconnu, nettement identifié. Cette littéralité peut témoigner d'une attitude passive et figée, qui s'enlise dans le "bon goût", résultant de l'inertie des codes esthétiques traditionnels. Adopter cette attitude conformiste constitue un verrou à la création. Cet atavisme entretenu souvent par facilité est imputable semble-t-il tant aux acteurs qu'aux spectateurs de la scène paysagère : « D'une part les artistes s'accommodent d'obéir à des règles qui leur garantissent de trouver à moindres frais une audience. D'autre part, le public accepte volontiers des valeurs sûres qui répondent à son attente et lui épargnent un effort de jugement ; il est prêt à dire beau ce qui est facile. Et si l'harmonie est une dimension

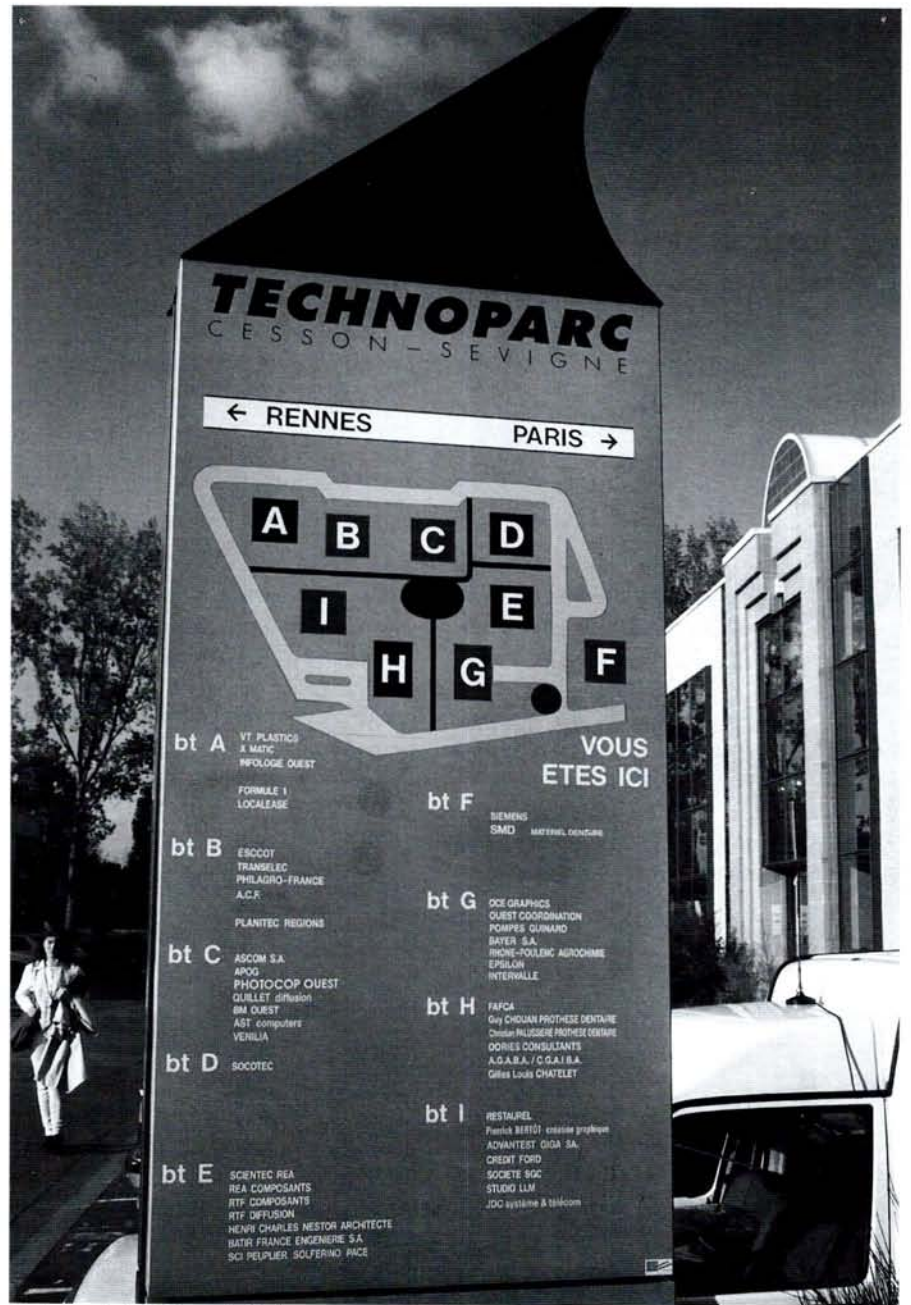


souvent évoquée de la beauté, n'est-ce point parce qu'elle désigne d'abord l'agrément que l'oreille ou l'œil trouve à ce que l'éducation les a formés à recevoir ? Ainsi se constituent les styles, entendez les manières que conspireront à perpétuer les créateurs dociles à un enseignement et des consommateurs asservis à leurs habitudes » (Dufrenne, 1980).

On peut néanmoins relativiser ou expliquer ici cette complaisance académique.

Ricard reprend à son compte le mythe du jardin français. Ce motif paysager a été choisi comme un symbole pour incarner la culture d'entreprise Ricard, qui affiche et revendique de la sorte son identité nationale. En revanche, le Technoparc de Cesson participe à la diffusion de l'image tertiaire internationale. Cette représentation se situe donc à une échelle et avec des objectifs différents : le paysage de Ricard se fait l'écho précis d'une marque et d'un pays, tandis que ce nouveau paysage tertiaire incarnerait une nouvelle réplique du projet moderne que l'on pensait enterré... En effet, on retrouve là un autre type de "non-lieu" (Augé, 1992). Le repérage alphabétique des bâtiments (A, B, C...) est une autre version des Z.I. Ouest, Est... qui vident le lieu de sa substance pour la remplacer par des codes internationaux aseptisés, alphabétiques ou numériques. Ainsi, au même titre que les zones, ces projets risquent à terme d'engendrer une banalisation de la mosaïque paysagère qui nous entoure.

Cette conception récente du parc d'entreprise est l'expression d'une nouvelle donne économique et d'une sensibilité paysagère en mutation. Cela dit, on constate qu'à travers ces différents exemples sectoriels et culturels se profilent deux démarches paysagères distinctes. Le plaidoyer de B. Fischesser (1987) illustre ces processus simultanés de création et de reproduction paysagères : « S'opposer à la dissociation du sensible et de la science, voilà le chemin d'un véritable progrès qui s'ouvre aux architectes paysagistes qui souhaitent développer une culture paysagère. Et cela leur implique de s'immerger dans l'environnement pour en exalter l'identité dans un acte créatif [...] En



Repérage alphabétique du Technoparc, un « non-lieu » ?

matière de paysagisme d'aménagement, une stratégie de marché et de modèle, étayée par une technologie standardisée, ne peut prétendre pouvoir contribuer à l'épanouissement d'une société dont elle néglige l'âme ».

Ainsi, si le monde de l'entreprise est en passe de devenir un motif paysager à part entière, il paraît important de pondérer cet enthousiasme parfois inconditionnel – surtout avec les formules "en blanc" vantées par



les promoteurs immobiliers – qui peuvent induire en erreur. Une nouvelle recette de ce type, quand bien même elle peut répondre d'exigences quantitatives et qualitatives, être à la fois fonctionnelle et soignée, n'a aucunement valeur de créativité... Surtout, elle ne saurait devenir un prétexte pour reconduire la standardisation amorcée, voire accomplie, par l'aménagement des zones.

Que conclure de ce regard critique sur deux générations de sites d'activités qui coexistent ? Il s'avère que l'on peut justifier le jugement esthétique alternatif dont elles font l'objet, mais aussi le dépasser. En effet, la prise de position affirmée ici n'est pas figée, mais dynamique, s'adaptant au mouvement qu'est lui-même par essence le paysage. En d'autres termes, il s'agit de bousculer des certitudes qui bloquent toute démarche novatrice inéluctable et nécessaire : non, les "zones" ne sont pas fatalement laides, pas plus que les "parcs" ne seraient esthétiques par principe... Cette attitude dynamique se défend de toute permissivité, car l'on ne saurait accepter et taire l'agression paysagère que constituent les zones, ni la duperie esthétique des parcs. En revanche, il est ici question d'inviter à redécouvrir certains sites industriels, et à se méfier des conceptions lisibles, soignées, certes, mais porteuses de standardisation et non de création. Bref, il s'agit de souligner le jeu du temps et les œillères du "bon goût" qui nous piègent malgré nous, enfin de savoir reconnaître toute forme de standardisation, si insidieuse soit-elle. Comme le stipule M. Corajoud (1993) : « Faire du paysage, c'est comme entrer dans une conversation »... et l'on pourrait ajouter que cela ne consiste pas non plus à répéter toujours la même chose. ■

## Références

- Ambroise R. (1991). Le paysage, projet de société, in *Le patrimoine paysager : une ressource pour le développement local*, Odile Alsace.
- Augé M. (1992). *Non lieux, introduction à une anthropologie de la surmodernité*, La librairie du 20<sup>e</sup> siècle, Paris, Seuil, 150 p.
- Berque A. (1991). De paysage en outre-pays, *Le Débat*, 65, 4-13.
- Berque A. (1991). *Médiance, de milieux en paysages*, Montpellier, Reclus, 164 p.

- Cabanel J. (1989). Réalités du paysage d'aménagement, *Métropolis*, 84-85, 6-13.
- Clipson C. (1992). Nouveaux paradigmes pour les environnements de production, in *Communications du Colloque "Territoire et architecture d'entreprises"*, vol. 2, 147-151.
- Corajoud M. (1993). Le paysagisme à grande échelle, *Le Moniteur*, 2, 68-71.
- Dufrenne M. (1980). Le dogmatisme du beau (in article "Art"), in *Encyclopaedia Universalis*, Paris, EU, vol. 1, 765-771.
- Ferrier J.-L. (1980). La contemplation esthétique (in article "Art"), in *Encyclopaedia Universalis*, Paris, EU, vol. 1, 771-773.
- Gueniot Y. (1974). *Des zones industrielles vers les parcs d'activité*, Paris, Berger-Levrault.
- Hayama R. (1992). *Reiko HAYAMA, architecte*, Paris, G. Biéther.
- Joliet F. (1992). *Le paysage de Canon Bretagne*, Rennes, Conseil Général et DDE d'Ille-et-Vilaine, 30 p.
- Joliet F. (1992). *Le paysage industriel de VerniSeiche*, Rennes, Conseil Général et DDE d'Ille-et-Vilaine, 36 p.
- Lassus B. (1991). Pour une poétique du paysage, théorie des failles, in *Maîtres et protecteurs de la nature*, Seysel, Champ-Vallon.
- Roger A. (1991). Le paysage occidental, rétrospectives et perspectives, *Le Débat*, 65, 14-28.
- Tanguy F. (1991). *L'analyse paysagère : un outil pour la conception des projets d'aménagement*, Angers, Ecole Nationale d'Ingénieurs des Techniques de l'Horticulture et du Paysage, 12 p.
- (Article reçu le 4 octobre 1994).

## ABSTRACT : Landscape and firm

In suburban areas today, two generations of economic sites are juxtaposed. On one hand, they are Industrial or Activity Zones (Z.I. or Z.A.) conceived without any landscape consideration during the « Thirty Glorious years ». On the other hand, they are the very neatly composed activity parks or technoparks born in the eighties. Both of these concepts are arbitrated in a most simplified manner. Although their economic use is clearly demonstrated, Z.I. and Z.A. are considered as landscape "heresies" unlike parks or technoparks considered almost as landscape "amenities".

This work's point is to understand and go beyond this alternative. The first part will analyse the origin of the Z.I. and Z.A. concept. This reflection will lead us to see how they seem to be censored by the public eye but also how some may become an aesthetic medium and thus create virtual landscapes.

The following part will present all the prevailing conditions for such activity parks to emerge and develop by explaining this enthusiasm whilst relativizing it. Several firms are able to generate a genuine creative expression while others simply constitute new industrial "recipes" threatening to become common landscapes.