

Le *French Market* à la Nouvelle-Orléans

Alibi patrimonial et mise en scène touristique d'un espace préservé

Martine Geronimi

Espace

Space

Volume 24, numéro 1, 2002

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/006536ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/006536ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Association Canadienne d'Ethnologie et de Folklore

ISSN

1481-5974 (imprimé)

1708-0401 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Geronimi, M. (2002). Le *French Market* à la Nouvelle-Orléans : alibi patrimonial et mise en scène touristique d'un espace préservé. *Ethnologies*, 24 (1), 183-199. <https://doi.org/10.7202/006536ar>

Résumé de l'article

Le *French Market* à la Nouvelle-Orléans présente aux touristes contemporains qui se promènent dans le Vieux Carré une vision de la restauration à l'américaine. Derrière ces conceptions aménagistes se cachent également des significations imaginaires inspirées du passé qui entrent dans le champ du présent. La période du *New Deal* est très importante pour la transformation du *French Market*. Le discours général des années 1930 est un moment de légitimation d'une action urbanistique qui a entraîné la destruction d'une partie d'un site authentique et le gommage pur et simple d'un morceau de la trame urbaine. Le milieu d'affaires louisianais a exploité la manne touristique créée et entretenue par les *Faiseurs d'Images* du XIXe siècle, ces différents rédacteurs de guides, romanciers et mémorialistes. Ainsi, le marché français est censé représenter un style de vie à la française, sur un espace profondément modifié et bien différent de celui des origines.

LE FRENCH MARKET À LA NOUVELLE-ORLÉANS

Alibi patrimonial et mise en scène touristique d'un espace préservé

Martine Geronimi

Université du Québec à Montréal

L'idée qu'il existe des espaces géographiques avec des habitants autochtones foncièrement différents qu'on peut définir à partir de quelque religion, de quelque culture ou de quelque essence raciale qui leur soit propre est extrêmement discutable (Gaston Bachelard, *La poésie de l'espace*).

Le *French Market* à la Nouvelle-Orléans présente aux touristes déambulant dans le Vieux Carré une vision de la restauration à l'américaine. Cette conception s'inspire des valeurs de la société et de ses dirigeants lors de la réalisation et de la transformation de l'espace à restaurer. Derrière ces visions aménagistes se cachent des significations imaginaires inspirées du passé qui entrent dans le champ du présent. Cet article se veut principalement une réflexion sur un espace, initialement de fondation française, préservé dans un but d'exploitation touristique. C'est d'ailleurs pendant la période du *New Deal* que les milieux d'affaires ont porté leur attention sur l'espace du *French Market*. Je cherche à montrer comment un espace fondé sur un imaginaire des origines françaises en Amérique peut être manipulé par des actions collectives concertées afin de conformer la représentation de ce passé aux valeurs du présent. Au travers de l'exemple du *French Market*, je tiens à souligner combien la mémoire collective est sujette à l'amnésie, aux lieux gommés ou déniés. Cette réflexion s'appuie sur une recherche de terrain qui s'inscrit dans un questionnement sur l'interpénétration entre un imaginaire et des valeurs identitaires américaines, d'une part, et une pensée touristique et urbanistique, d'autre part.

Le marché français, lieu de sociabilité porteur d'un style de vie à la française, a été réapproprié dans le cadre de réhabilitations par des gens d'affaires louisianais soutenus, du moins dans un premier temps, par l'argent fédéral. Cette place commerciale s'est vue altérée par des visions américaines modernistes, à telle enseigne que le touriste d'aujourd'hui a une bien piètre idée du *French Market* des origines.

Le filon touristique, une opportunité d'affaires à la Nouvelle-Orléans

La conscience des potentialités touristiques de la Nouvelle-Orléans est attestée dans les années 1885 par les rédacteurs collectifs des différents guides qui ont fleuri dans cette période importante de la fin du XIX^e siècle (Geronimi 2001). Ce sont également les journaux du nord-est des États-Unis qui ont lancé la vogue de cette destination. De 1850 à 1900, trois magazines à fort tirage publiaient de façon répétitive des articles sur la Nouvelle-Orléans : le *Harper's New Monthly Magazine*, le *Century Magazine* et le *Scribner's Monthly Magazine*¹. En fait, les mémorialistes, journalistes et écrivains qui publiaient à Boston et New York, participaient également à la création du mouvement touristique en prêtant leurs plumes au guide de Coleman².

Nul doute que les milieux d'affaires avaient su saisir les potentialités distillées par les guides pour s'approprier l'image du Vieux Carré et la transformer en ville à voir et à consommer. Marie-Christine Boyer prétend que ce qui avait été autrefois un monde mystérieux attirant le voyageur romantique était devenu, dans les années du début du siècle, une denrée achetable et fixe. « *What once was a bizarre landscape and set mythological hieroglyphs beckoning the wanderer to stray had become a fixed and purchasable commodity* » (Boyer 1994 : 343).

S'il est certain que l'imaginaire investi dans les lieux a créé un fort mouvement touristique et une soif de vendre les charmes de la ville par les milieux d'affaires, il ne faut pas oublier qu'il a été également à l'origine d'une pensée préservationniste. Certes, des hommes peu scrupuleux, dont certains étaient des Yankees, ces Américains provenant des États nordistes, se sont approprié l'image folklorique de la ville pour la

-
1. Lafcadio Hearn collaborait régulièrement au *Harper's* et au *Century Magazine*. George Washington Cable publiait fréquemment dans le *Century Magazine* et dans le *Scribner's*. Charles Dudley Warner écrivit en 1887 un article resté fort célèbre intitulé « Sui Generis » également dans le *Scribner's*.
 2. Le guide de Coleman est l'archétype des guides de la Nouvelle-Orléans, réalisé pour la grande exposition du Coton de 1885.

prostituer, mais beaucoup d'autres ont surtout cherché à la préserver. Ce mouvement de balancier entre une pensée capitaliste prête à s'emparer du moindre symbole pour le commercialiser et un élan de sauvegarde de la mémoire collective est toujours d'une grande actualité³.

Peu avant la Crise de 1929, les milieux d'affaires prirent réellement conscience des possibilités commerciales reposant sur le sentiment de nostalgie que représentait le Vieux Carré (Brownel 1975). Dès 1925, la Commission du conseil municipal créa un précédent en formant une commission de préservation du Vieux Carré, ancêtre de l'actuel *Vieux Carré Commission*. Ce début d'intérêt municipal avait été stimulé par un groupe de résidents appelés Le petit Salon (Galas 1996).

Il nous faut souligner ici le rôle des femmes américaines dans le combat pour la préservation historique (Geronimi 1996 : 25-26). En effet, à la Nouvelle-Orléans, de 1920 à 1946, une femme joua un rôle capital : Elisabeth Werlein⁴. Une autre figure locale féminine prit le relais d'Élisabeth Werlein en la personne de Mary Morrison⁵. Elles furent toutes deux membres de la Commission du Vieux Carré qui fut créée en 1936 sous la pression de madame Werlein et du milieu artistique de la Nouvelle-Orléans. La commission était dotée dès lors de réels pouvoirs et une ordonnance officielle reconnaissait le caractère historique et architectural du Vieux Carré.

La résistance des associations de sauvegarde du Vieux Carré

Malgré cette reconnaissance, l'architecte de la ville, en charge des permis de construire, ne semblait pas consulter la Commission du Vieux Carré pour accorder les permis de démolition. Aussi, un groupe de résidents se créa en juin 1938. Son incorporation se fit sous le titre «*The Vieux Carré Property Owners Association*» (VCPOA). Dans ce comité, outre E. Werlein en tant que présidente, on retrouvait cinq femmes sur neuf membres (Galas 1996 : 25-26). Cette nouvelle

-
3. Les comités de citoyens sont très actifs et se battent sur plusieurs fronts, contre la « gentrification » à outrance, la vente des condominiums et l'installation d'hôtellerie illégale.
 4. Arrivée en 1908 lors de son mariage avec une personnalité locale, elle s'installa à demeure dans le Vieux Carré dans les années 1930 (*Vieux Carré Commission* 1986).
 5. Mary Morrison vient de mourir à 88 ans et s'est toujours impliquée jusqu'à tout dernièrement dans toutes les causes *préservationnistes* (article du *Times-Picayune* du 27 février 1999).

association poursuit la ville en cour, ce qui eut pour effet de faire reconnaître la valeur architecturale du « tout ensemble » plutôt que celle de certains bâtiments seulement.

The purpose of the ordinance is not only to preserve the Antiquity of the whole French and Spanish Quarter, the Tout Ensemble, so to speak, by defending this relic against iconoclasm or vandalism (Galas 1996 : 26-27)...

On remarque ici que le juge O'Neil, auteur de cette ordonnance, justifiait la valeur du « tout ensemble » en vertu de la valeur commerciale de la place.

The preservation of the Vieux Carré as it was originally is a benefit to the inhabitants of New Orleans generally, not only for the sentimental value of this show place but for its commercial value as well, because it attracts tourists and conventions to the city, and is in fact a justification for the slogan, America's most interesting city (Galas 1996 : 26-27).

De manière très pragmatique, les Américains, pour faire admettre leurs causes, passent par la cour de justice. Ainsi, la reconnaissance du bien-fondé de la protection et de la restauration du Vieux Carré est en permanence à mettre en relation avec les verdicts posés par les juges. Au demeurant, la double logique du juge laisse apparaître le lien profond existant entre la préservation d'un lieu de mémoire et la valeur commerciale de ce lieu. Il est juste de conserver ce lieu, car il affermit une idée vendue à travers l'Amérique tout entière : celle de la ville la plus intéressante d'Amérique.

La Nouvelle-Orléans et ses projets de modernisation

En septembre 1932, alors que l'Amérique était en proie à la plus sévère crise de son existence, les lecteurs du *Times-Picayune*⁶ de la Nouvelle-Orléans découvraient les plans de modernisation proposés par la corporation des marchands de la ville, pour transformer le plus célèbre lieu touristique du Vieux Carré, le *French Market*. Le titre de l'article, ainsi que son sous-titre, indiquaient l'intention de transformer le passé en une nouveauté qui saurait contenir le charme du lieu : « *Vieux Carre Charm Retained in New French Market Plans. Famous Mart of Past and Present and Sketches Showing Many Alterations Now Proposed* ». Cette

6. *Times-Picayune*, 12 septembre 1932, page B cahier 2.

entrée en matière annonçait une transformation de la ville par les forces artisanes de la modernité, celles du commerce et de ses représentants.

La Louisiane en 1928 était un État oublié, loin de la modernité de l'ensemble de l'Amérique. La ville de la Nouvelle-Orléans vivait une situation de désastre financier et ne devait sa survie qu'aux emprunts faits aux banques, peu avant la Grande Crise. Les années 1920 avaient plutôt marqué un recul économique et le niveau de vie de la population s'était abaissé. La situation était telle que la ville, malgré son quartier français et ses restaurants renommés, n'arrivait plus à attirer les grands congrès qui se tenaient de préférence à Atlanta ou même à Memphis (Smith 1988 : 14 ; Runnyan 1967). L'administration locale était traditionnellement corrompue et les affaires politiques compliquaient singulièrement la gestion de la ville : le maire Walmsey s'opposait au nouveau gouverneur de Louisiane, le populiste Huey K. Long. On peut remarquer que la manne publique fédérale ne s'abattit sur la Nouvelle-Orléans qu'après l'assassinat du gouverneur Long, opposant de Roosevelt, et à l'élection du nouveau maire Robert Maestri (Smith 1988 : 110-114 ; Manchester 1976 : 138).

Une fois le gouverneur mort, la situation de la Louisiane changea, particulièrement celle de la Nouvelle-Orléans. Certains historiens américains ont même qualifié ce moment de « second rachat de la Louisiane », durant la seconde période du *New Deal* (Field 1990 : 246-310 ; Smith 1988 : 111). Tous les projets, dépendants des différents appareils d'État, qui avaient été gelés par le responsable de l'intérieur Ickes, furent réexaminés. En 1936, la ville reçut 2,5 millions de dollars demandés deux ans auparavant pour le service des eaux afin d'améliorer les canalisations de la ville. À partir de ce moment, d'autres millions furent versés à la ville pour la moderniser. Cet afflux d'argent semblait lié au soutien apporté au parti du Président par le maire Maestri et son clan. L'historien Edward Haas rapporte les propos du maire Maestri en ces termes : « *In private conversation the mayor often declared the WPA a money tree that he shook whenever the city needed revenue* » (Haas 1972). La lune de miel entre le *New Deal* et l'administration de la Louisiane dura jusqu'en 1939 (Kane 1941).

Les rouages du New Deal et son influence sur la Louisiane

Durant le *New Deal*, le Président Franklin D. Roosevelt, lors de causeries au coin du feu radiodiffusées, s'appliquait à rassurer la

population américaine en lui expliquant les différentes mesures pour contrer la crise⁷. Derrière la rhétorique apaisante d'un chef d'État qui avait su apprivoiser ce nouveau mode de publicité moderne, se dessinait une politique de retour à l'emploi et à la paix sociale orchestrée par la Maison Blanche (Brown 1998 : 9-23), au travers de nombreuses agences comme le *Works Project Administration* (WPA). Cette administration succédait à deux autres agences, connues également par leurs acronymes, la CWA et la FERA soit la *Civil Works Administration* et la *Federal Emergency Relief Administration*. C'était de cette agence fédérale que le maire Maestri tirait tous les fonds pour ses projets de rénovation de la ville et en particulier du Vieux Carré. Dans le seul mois de décembre 1936, la Nouvelle-Orléans reçut plus de 12,5 millions de dollars (Smith 1988 : 87). Il semblerait qu'à la veille de l'entrée en guerre des États-Unis, date de la fin du WPA, la Louisiane aurait empoché près de 126 millions de dollars (Smith 1988 : 87 ; US Federal Works Agency 1943).

C'est donc dans ce contexte financièrement optimiste que se déroulèrent les transformations du Vieux Carré et en particulier la rénovation du *French Market*. Je tiens à souligner comment la mémoire collective néo-orléanaise véhicule ce qu'il reste de cette histoire de la préservation de la ville dans un livre écrit en 1982. Ce livre s'intitule *Beautiful Crescent* et son contenu est donné en lecture obligatoire aux guides officiels mandatés par le Musée du Cabildo et la ville de la Nouvelle-Orléans. On peut y lire

Fortunately (and in another way unfortunately), president Roosevelt's WPA almost simultaneously moved in with money and talent to recondition parts of the Quarter, giving special attention to the French Market and Jackson Square, the Cathedral, Cabildo, the Presbytère and the Pontalba Buildings. While no one would dispute the fact that a slum area was rehabilitated, and that land values began to rise, it was equally true that « progress », as envisioned by legislators in Washington, had a different definition in New Orleans. WPA « progress » involved the demolition of some of the city's earliest structures (Garvey et Widmer 1982 : 163).

Ce commentaire souligne combien la notion de progrès est au fondement de la rénovation du Vieux-Carré. Il pointe le problème des quartiers *taudifiés* des années 1930 et soulève la difficile question de la destruction des structures architecturales les plus anciennes. Il met en

7. Le texte en anglais dit exactement : « *This was constitutional and in keeping with the past American Tradition* » (Allocution radio du 7 mai 1933).

évidence les rapports délicats entre le pouvoir fédéral et la communauté louisianaise. En fait, la modernisation du *French Market* s'est fondée sur un discours qui dépassait la seule notion de progrès.

Remodelage de l'espace du *French Market* : l'affaire de la rue Gallatin.

Ce discours général des années 1930 est un moment de légitimation d'une action urbanistique qui a entraîné la destruction d'une partie d'un site authentique et le gommage pur et simple d'un morceau de la trame urbaine. Le remodelage du *French Market* a en effet permis « d'éradiquer de la surface de la terre » une rue mal famée de la Nouvelle-Orléans, la rue Gallatin. Nous pouvons, à ce propos, lire les commentaires de John C. Chase en 1949, soit dix ans après la destruction de cette rue :

It was a lawless street with death and damnation in residence at every address. Today Gallatin is no longer a street. Buildings on the riverside have disappeared. [...] Even its name has been altered to French Market Place, and what buildings remain on the opposite side are of remodeled or entirely new construction. Like Sodom and Gomorrah of old, wicked Gallatin Street has been erased from the face of the earth (Chase 1949).

Cette rue, du nom d'un Secrétaire au Trésor de Jefferson, avait connu son heure de gloire bien avant que monsieur Story ne légalise la prostitution hors du Vieux Carré. Proche des quais d'arrimage des navires, elle était devenue, de 1840 à 1870, la rue des plaisirs, alignant cabarets, bars louches et maisons closes. La clientèle masculine la fréquentait assidûment. *Gallatin Street* était une toute petite rue, composée uniquement de deux blocs, et qui était le centre du trafic des stupéfiants (Rose 1974 : 9-11).

Nous avons recherché sur les plans de la ville, dans les guides et dans différentes archives, la trace de cette rue. Interrogeant les archivistes du *Williams Research Center* sur la raison de la destruction de la rue, il nous fut répondu sur un ton pincé : “*We cleaned the slums, we cleaned the street*”. Il faut rajouter que le nom de la rue a réellement été balayé de la mémoire collective : en interrogeant des universitaires à l'Université de la Nouvelle-Orléans, nous ne recevions que des réponses négatives. Le nom de la rue ne signifiait rien pour nos interlocuteurs pourtant bien placés pour connaître l'histoire de leur ville. Ce fut aux

Archives notariales de la Nouvelle-Orléans que nous avons découvert les premiers documents prouvant la réalité physique de cette rue, au moment même de sa construction dans les années 1820.

Notre intérêt fut d'autant plus aiguïté qu'il n'existe pratiquement pas de travaux universitaires sur la rénovation du *French Market*. La seule étude qui résume les faits est un mémoire de 1979, celui d'une étudiante de Tulane. Ce document n'a jamais été publié, bien que fort instructif sur l'histoire du *French Market* (Bruce 1979). En recoupant certaines données de ce mémoire de maîtrise avec nos recherches aux *Williams Center* et aux Archives notariales, nous sommes en mesure de donner une lecture du projet et de sa genèse. Depuis ces « restaurations » du temps de Roosevelt, le *French Market* n'a cessé d'être le point focal de l'attention des touristes de masse. Ce lieu a retenu l'intérêt des autorités et a connu une autre rénovation majeure sous l'égide du maire Landrieu de 1970 à 1978.

Le discours de glorification, de l'idée de progrès à celle d'enrichissement par le tourisme.

Modernized by the hand of progress and at the same time meeting the demand of the sentimentalists that the atmosphere of the historic mart, so interwoven with history, romance and tradition, in the most colorful food market in the world — the New Orleans French Market... (*French Market in New Orleans, La, Giant Card Co*).

Cette légende d'une carte postale des années 1940 nous donne le ton du discours généralement admis être celui des années 1930. La convergence de deux philosophies en place à ce moment, aux États-Unis, à savoir la nostalgie d'un passé perdu et l'attitude de confiance en l'avenir et au progrès, aurait conduit à la rénovation de ce vestige de l'époque coloniale française, le marché français.

L'analyse des discours nous révèle une compréhension plus pénétrante du problème. Des dynamiques opposées ont pu effectivement converger vers la destruction d'une partie du *French Market* dans un but de modernisation, relayé par la notion d'hygiène. Nous y lisons une appropriation complexe du lieu. Nous la traduisons sous la forme de quatre réseaux s'interpénétrant dans un laps de temps concentré de 1932 à 1938.

Une alliance de la municipalité et des milieux d'affaires

L'article du *Times-Picayune* du 11 septembre 1932 annonçait clairement le projet de rénovation du *French Market*. Les transformations envisagées étaient considérables et ne dataient pas d'une idée nourrie à peine quelques jours auparavant, mais d'une mise en scène savamment orchestrée.

Depuis mai 1932, la ville de la Nouvelle-Orléans avait lancé un appel d'offres pour la rénovation du *French Market* et la construction de deux nouveaux emplacements de marchés, celui pour les produits de la ferme et celui pour la poissonnerie⁸. Dès le 23 août 1932, un groupe de commerçants s'organisa en corporation et reçut une charte de la ville l'autorisant à procéder aux rénovations. Le *French Market Corporation* est encore en activité de nos jours. On remarque qu'à cette époque, si les édifices de la rue Gallatin sont prévus pour la démolition, le nom de la rue reste inchangé et est clairement inscrit sur le plan de rénovation. L'immeuble du *Red Store*, érigé en 1830 et l'un des édifices les plus anciens du Vieux Carré, est également sacrifié à la modernité, représentée par l'automobile conquérante. Au chapitre des innovations, on remarque la présence d'un *coffee shop* à l'angle de Decatur et de North Peter Street.

L'alliance d'une mairie, couverte de dettes mais aux vues modernistes, et d'un milieu d'affaires attiré par la soif de profits, avait trouvé un terrain fertile. Cependant, la crise toucha la Nouvelle-Orléans l'année suivante et les démêlés politiques du gouverneur ne permirent l'édification du nouveau *French Market* qu'à partir de 1937.

Le sacrifice d'un lieu de mauvaise réputation

Si la rue Gallatin fut sacrifiée sous prétexte d'assainissement d'une zone de taudis, la réalité était d'une toute autre nature.

Certes, la rue Gallatin en 1930 n'était pas un lieu de villégiature de la bourgeoisie mais elle était, en regard d'autres emplacements, dans un état acceptable et surtout habitée par une population d'Italiens. Nous avons retrouvé un résident de la rue Gallatin, un Italo-américain, monsieur Léo Vitale, qui a été expulsé, en juillet 1936, de l'appartement qu'il occupait avec sa famille. Il avait alors 13 ans et se souvient

8. Commission Council for the City of New Orleans, 12 mai 1932, ordonnance n° 13693 CCS.

parfaitement de tous les détails. Cet homme n'a jamais quitté le Vieux Carré, où son père avait élu domicile en 1898, lors de la grande vague d'immigration sicilienne.

Cette rue, à vrai dire, dérangeait car, outre deux fabriques de macaroni, on y trouvait quelques lieux illégaux au temps de la prohibition. C'était le domaine de l'alcool de contrebande, le fief des paris clandestins, des *speakeasy*, du célèbre cabaret le *Black Cat*.

Pour la bonne société puritaine de la Nouvelle-Orléans, un tel endroit pouvait être sacrifié au profit de ce sacro-saint idéal de progrès qui déferlait sur l'Amérique. Les actes notariés témoignent des transactions entre les propriétaires des immeubles et la ville de la Nouvelle-Orléans à la fin de décembre 1935⁹. Six mois plus tard, les locataires étaient expulsés.

La manne fédérale et le discours de création d'emploi

L'argent fédéral arriva à propos pour la réalisation du plan définitif. En effet, le coût total de la reconstruction s'éleva au moins à 800 000 \$US répartis entre le *Public Works Administration* (300 000 \$), le *Orleans Levee Board* (200 000 \$), la ville de la Nouvelle-Orléans (200 000 \$) et des donateurs privés (100 000 \$)¹⁰. La politique de grands travaux du *New Deal* avait pour but la résorption du chômage et à terme la création d'emplois. À la Nouvelle-Orléans, en 1938, on dénombrait 30 000 chômeurs (sur environ 300 000 habitants), pour la plupart de race noire, ayant été relégués comme travailleurs sans qualification. Pour cette raison, ils ne bénéficiaient que du minimum vital, qui ne leur permettait pas toujours de vivre décemment. Toutefois, c'était un progrès par rapport à la période précédente où ils ne recevaient que la charité privée pour tout moyen de subsistance (Smith 1988 : 42, 96-107). Le *New Deal* finançait aussi un plan de destruction des taudis. Le discours était là, mais les résultats furent tellement décevants que Roosevelt ferma le programme en octobre 1935 (172). En fait, l'alibi de la reconstruction du *French Market* couvrait des manœuvres électorales à l'intérieur du Parti démocrate (111-112).

9. Les archives du Williams Research Center contiennent des listes de transactions comme celle indiquée dans le texte.

10. *Times-Picayune*, 19 mars 1938.

L'alibi patrimonial face à la glorification du commerce

Il n'est pas inutile de rappeler que c'est en 1936 que le Maire Maestri engagea la première Commission du Vieux Carré, aux pouvoirs, il faut le reconnaître, beaucoup plus réduits que ceux qu'elle possède désormais. D'après la revue *American City* d'avril 1942, dans les années 1930, un sentiment grandissant en faveur d'un plus grand contrôle des paysages et des bâtiments publics était né, poussant à la promotion de l'esthétique contre la laideur urbanistique (Smith 1988 : 90). Or, la commission du Vieux Carré, composée de neuf membres, établit des normes architecturales pour la préservation du site historique et travailla de concert avec le personnel de la *Works Project Administration*. Les plans de réhabilitation du *French Market* furent donc acceptés car les membres de la commission et l'administration fédérale pensèrent qu'effectivement une telle rénovation atteignait son but : améliorer le lieu.

C'est dans la *Roosevelt Review* de 1939 que s'élève une des premières critiques de l'opération (McFadden 1939 : 58).

The 1930's restoration completely changed the form of the French Market. Although the designers of that period believed that they were bettering the complex by updating and pretending to restore it, they did little more than destroy and/or remodel almost beyond recognition all the various charming structures. The Market « facelift » truly made it look years younger.

À cette époque, le *Vieux Carré Association*, constituée en 1926, appelait à l'avancement « *of the civic, esthetic and material prosperity and progress of the Vieux Carré* ». L'opportunité de moderniser le *French Market* apparaissait une nécessité aux yeux même de cette association, qui se transforma en 1938 en *Vieux Carré Property Owners Association*. Il est souvent facile de critiquer les mesures prises en un temps différent de celui depuis lequel nous observons le passé. Notre but est de montrer comment l'obsession d'une époque a pu servir les intérêts d'un groupe et comment ce groupe a légitimé son action en élaborant un discours de glorification de son action.

En 1938, la *French Market Corporation* fit rédiger par deux publicistes chevronnés une plaquette vantant la toute récente réhabilitation. Le titre est en soi une justification et une profession de foi : « *Glorified French Market. Progressing with Commerce 1813-1938* » (Stier et Keeling 1938). Nous y trouvons une justification de la destruction de cette rue

Gallatin dont plus personne ne se souvient car tel était le but, se débarrasser d'une rue de sinistre mémoire pour faire de la place à un parking.

But Gallatin Street, with all of its sinister, mysterious happenings, is no more. Even its name is now only a matter of memory. Today, its entire stretch is open to the sky. Vegetable trucks by the hundreds, there for a day or just a few hours, are now parked where its buildings stood. They move away empty to make way for other loaded vehicles, motor and horse drawn, from nearby and more distant points (Stier et Keeling 1938 : 20).

Ce qui est mis en évidence, dans cette brochure de diffusion d'un idéal capitaliste fonctionnaliste et progressiste, se résume à l'introduction des nouvelles techniques d'avant-garde dans le domaine de la réfrigération et de l'éclairage. Deux idées semblent préoccuper le milieu d'affaires de ces années-là : le contrôle de l'hygiène alimentaire et la mise en exposition des nouveaux lieux. Dans le chapitre, *Perfect Illumination and Refrigeration*, ces tendances sont bien marquées ; la structure réhabilitée doit se transformer en « *a night show place of the French Quarter* » (Stier et Keeling 1938 : 26) et la cliente doit pouvoir acheter, de jour comme de nuit, sa viande dans des installations réfrigérées à la fine pointe de la modernité, entretenues par des pompes qui maintiennent un froid constant nécessaire à la préservation des aliments dans un pays au climat tropical. De plus, le *French Market* s'est vu doté d'installations sanitaires, ce qui était justement le mot d'ordre de l'époque aux États-Unis :

The great foreword of 1938 throughout the United States is sanitation. And, in this, The Officers and Board of Managers of the French Market Corporation believe they are leading the nation in their glorification of Grand old French Market (Stier et Keeling 1938 : 25-27).

Mais en même temps, on note le désir des publicistes d'insister sur l'aspect nostalgique du passé : « *Time marches on, but the French Market is eternal. [...] City Fathers 154 years ago decreed French Market necessary to assure fair prices to the Public* ». Ce temps des pionniers servait d'alibi au commerce. Mais il est précisé sur une plaque commémorative de l'époque :

The architectural integrity of the historic market structures has been retained throughout. The interiors have been modernized to conform to refrigeration, and sanitary trends of 1938, but the French Market,

showplace of New Orleans, the most ancient in the Mississippi Valley, remains the same (Stier et Keeling 1938 : 15).

Concrètement, le *French Market* est devenu par cette opération de collusion entre la municipalité, ayant l'appui financier fédéral, et un milieu d'affaires composé de neuf notables, un grand centre commercial moderne inséré, en partie, dans une structure ancienne, et ce avec l'appui de la bourgeoisie locale qui cherchait à préserver l'ensemble du *French Quarter*. La mairie y voyait ainsi le moyen d'attirer un maximum de touristes, ce qui fut effectivement le cas à partir des années 1940. Le *French Market* ne fut pas le seul à bénéficier des grâces de Roosevelt, puisque c'est à cette époque que fut également restauré Jackson Square, la Cathédrale, le Cabildo, le Presbytère et les immeubles Pontalba.

L'achèvement du centre commercial dénommé *French Market*, des années 70 à nos jours.

Il faut attendre les années 1970 pour entendre à nouveau parler de restauration dans le Vieux Carré. La rénovation des années 1930 ayant perdu de son lustre, le nouveau maire Landrieu, à la tête d'une jeune équipe municipale, souhaite la rénovation de ce phare du tourisme local que représente le *French Market*. La conjoncture est moyenne et la nécessité pressante de donner un coup de fouet à l'activité touristique. Dès 1971, la *French Market Corporation*, qui travaille sous la responsabilité directe du maire, fait appel à une firme de Los Angeles pour effectuer une analyse économique qui sert de base à la rénovation (Urban Projects Inc. 1971).

Depuis les années 60, l'entreprise de consultants Marcou et O'Leary de Washington réalisait toutes les études concernant la préservation du Vieux Carré, en collaboration avec le bureau gouvernemental de la recherche de la Nouvelle-Orléans. En 1966, elle avait proposé la très controversée étude sur l'autoroute *Express Highways*, qui avait failli éventrer le Vieux Carré. En 1968, elle déposait un « *Plan and Program for the Preservation of the Vieux Carré : Historic District Demonstration Study* ». Cet ensemble d'études, sous le nom de *Vieux Carré Demonstration Study*, attisait les passions et l'opposition des principales associations de Louisiane, en commençant par les *Friends of the Cabildo*, le *Louisiana Historical Society* ou le *Louisiana Council of the Vieux Carré*. Malgré la forte contestation, le plan fut accepté par Washington, dans le cadre du *Advisory Council of Historic Preservation*.

Le choix d'une firme californienne pour conduire l'étude sur la rénovation du *French Market* aurait pu calmer les esprits. Ce ne fut pas le cas même si des cabinets locaux d'architecture eurent à préparer des plans préliminaires pour, d'une part, la rénovation des bâtiments existants de la « précédente restauration » et, d'autre part, l'addition de nouveaux bâtiments¹¹.

La première étape des années 1930 avait détruit les halles existantes et on envisageait une dépense de 2,5 millions de dollars pour rénover un projet qui avait coûté une véritable fortune trente ans auparavant (Bourgoyne 1972). La description de l'état du *French Market* nous donne une idée de l'échec de la précédente réhabilitation :

Historically, the French Market was a focal point of wholesaling and retailing activities within New Orleans. In recent years, the general neglect of the surrounding properties and the French Market has resulted in the run-down appearance of the area and in the underutilization of the land and structures of the French Market (Urban Projects Inc 1971 : i).

En 1939, un an après la réhabilitation, des témoins oculaires affirmaient qu'il ne restait plus qu'un seul stand de poissonnier, qu'il n'y avait plus de boucher dans la Halle de Boucheries et que seuls deux étalages de fruits étaient encore présents (Bourgoyne 1972). En fait, les seuls acheteurs n'étaient plus que des touristes qui venaient se dépayser dans cette halle qui sentait une forte odeur de poisson, dans laquelle ils venaient acheter les célèbres *mufalettas*, inventés par un Sicilien, au début du siècle, qui restent encore des articles fort recherchés¹².

La controverse

Le projet initial annonçait le retour à l'état originel du *French Market*. Pourtant, la réalisation fut une des plus controversées. Le milieu préservationniste et une partie des habitants du Vieux-Carré jugeaient le lieu négativement car le résultat de la rénovation était jugé peu

11. Les entreprises en question sont les cabinets Nolan, Norman & Nolan, Richard Koch et le très célèbre historien d'architecture Sam Wilson.

12. Le restaurateur Battistella inventa cet énorme sandwich fait de charcuteries dans son restaurant qui se trouvait sur la rue Gallatin. Le restaurant déménagea dans les nouvelles halles. Mais après la rénovation des années 70, une boutique de ce nom ouvrit sur Decatur. Il semblerait que les loyers étaient devenus prohibitifs.

conforme à ce qui avait été annoncé. Le *French Market* était devenu une sorte de grande surface. Ainsi, en 1975, le *Times-Picayune* publiait un article au titre évocateur : « *French Market Controversy Is Nothing New* » (Pitts 1975).

In recent months, despite protests from preservationists and many Vieux Carré residents and businesses, the French Market Corporation undertook a major \$3,2 million restoration of the complex and, when the corporation's part of the project was completed and dedicated recently, Mayor Moon Landrieu praised the firm to its steadfastness in the face of the criticism and predicted that « it (the project) is going to prove to be one of the most significant things this city has ever done ».

Un des responsables actuels du Vieux Carré, un urbaniste, faisait un bilan sévère, en 1996, de l'action du Maire Landrieu, concernant, entre autres, la restauration du *French Market* :

The French Market was totally rebuilt over a five-year period. Upon its completion, local neighborhood businesses and services did not return, driven away by high rents. In the place of vegetable and seafood stalls, boutiques and restaurants opened (Galas 1996 : 122).

Il considère que la promotion touristique a été la seule motivation du maire et qu'il a cherché à exploiter l'histoire parce que « c'était payant ». Son action ne fut pas unique, puisque plusieurs villes du Sud des États-Unis firent de même (Goldfield et Brownell 1990 : 417).

En terminant, nous dirons que l'opération *French Market* a réussi son objectif : faire déplacer plus de touristes vers cet espace mis en scène spécialement pour eux. Ce ne furent pas uniquement les aménagements du nouveau *French Market* qui entraînèrent les visiteurs à affluer dans ce secteur, mais l'action conjuguée de plusieurs autres opérations qui se réalisèrent au fil du temps, comme la restauration du Couvent des Ursulines, la rénovation du Musée Mint, la création d'une place surplombant le Mississippi, ainsi que la construction de la promenade *Moon Walk* le long de ses berges. Cette attention particulière portée au *French Market* reflète la nécessité pour la ville de conserver à la Nouvelle-Orléans cette aura nostalgique de mode de vie à la française appréciée par les touristes américains. Toutefois, le visiteur contemporain se voit offrir un *French Market* recyclé et prêt à consommer.

Références

- Bachelard, Gaston, 1970, *La poétique de l'espace*. Paris, Presses Universitaires de France (c. 1957, 6^e édition).
- Bourgoyne, John E., 1972, « Winds of Change Shift French Market Smells. Produce and Fish Stalls May Eventually Disappear », *Times-Picayune, Sunday Morning*, 17 décembre 1972.
- Boyer, Marie-Christine, 1994, *The City of Collective Memory. Its Historical Imagery and Architectural Entertainments*. Cambridge, MIT Press.
- Brown, Robert J., 1998, *Manipulating the Ether. The Power of Broadcast Radio in thirties America*. Jefferson, N.C., Mac Farland & Co.
- Brownel, Blaine A., 1975, *The Urban Ethos in the South 1920-1930*. Baton Rouge, LSU Press.
- Bruce, Suzan, 1979, *The History of New Orleans's French Market*. Thèse de Bachelor of Arts, Tulane, non publiée.
- Cable, George Washington, 1886, *The Creoles of Louisiana*. New York, Charles Scribner's Sons.
- Chase, John C., 1949, *Frenchman, Desire, Good Children, and Other Streets of New Orleans*. New Orleans, Robert L. Crager & Company.
- Coleman, William H. (dir.), 1885, *Historical Sketch Book and Guide to New Orleans and environs with map*, (edited and compiled by several leading writers of the New Orleans Press), New York.
- Field, Bettie M., 1990, *The Politics of the New Deal in Louisiana, 1933-1939*. Thèse, Nouvelle-Orléans, Tulane University, manuscrit.
- Galas, Walter, 1996, *Neighborhood Preservation and Politics in New Orleans : Vieux Carré Property Owners, Residents and Associates, Inc. and City Government, 1938-1983*. Master of Urban and Regional Planning, College of Urban and Public Affairs, University of New Orleans.
- Garvey, John B. et Widmer Marie Lou, 1982, *Beautiful Crescent. A History of New Orleans*. Nouvelle-Orléans, Garner Press, Inc.
- Geronimi, Martine, 1996, *Le Vieux-Québec au passé indéfini. Entre Patrimoine et tourisme*, Sainte-Foy, Université Laval, département de géographie, mémoire de maîtrise.
- , 2001, *Imaginaires français en Amérique du Nord. Géographie comparative des paysages patrimoniaux et touristiques du Vieux-Québec et du Vieux Carré à La Nouvelle-Orléans*, Sainte-Foy, Université Laval, département de géographie, thèse de doctorat.
- Goldfield, David R. et Brownell Blaine A., 1990, *Urban America. A History*. Boston, Houghlin Mifflin.

- Haas, Edward F., 1972, New Orleans on the Half-Shell : the Maestri Era. *Louisiana History*, XIII : 283-310.
- Kane, Harnett, 1961, « Boundary Dispute Showdown due in Next 10 Days ». *Vieux Carré Courier*, 25.
- Manchester, 1976, *La splendeur et le rêve*. Paris, Robert Laffont.
- Marcou, O'Leary et al, 1968, *Plan and program for the preservation of the Vieux Carre; historic district demonstration study*. Vieux Carre demonstration study report series, n°1, New Orleans, LA, Bureau of Governmental Research.
- McFadden, Dufy W., 1939, « The French Market », *Roosevelt Review* : 58-67
- New Orleans Bureau of Governmental Research, 1967, *New Orleans central business district traffic study Vieux Carre*, demonstration study report series n°6, New Orleans, LA, Bureau of Governmental Research.
- , 1968, *Technical report on the effects of the proposed riverfront expressway on the Vieux Carre, New Orleans*. Vieux Carre demonstration study report series n°8. New Orleans, LA, Bureau of Governmental Research.
- Pitts, Soda, 1975, « French Market is Nothing New », *Times-Picayune, Sunday Morning*, avril 1975.
- Rose, Al, 1974, *Storyville, New Orleans*. Tuscaloosa, Alabama, University of Alabama Press.
- Runnyan, Glenn M., 1967, *Economic trends in NO, 1928-1940*. Maîtrise, Tulane University, Nouvelle-Orléans, non publiée.
- Smith, Douglas L., 1988, *The New Deal in the Urban South*, Baton Rouge, Louisiana State University.
- Stier, Emile. V. et James B. Keeling, 1938, *A Treatise on the Famous French Market. Glorified French Market 1813-1938*. New Orleans, French Market Corporation.
- Urban Projects Inc., 1971, *Economic Analysis of the French Market*. New Orleans, French Market Corporation
- US Federal Works Agency, 1943, *Final Report on the WPA. Program, 1935-1943*
- Vieux Carré Commission, mars 1986, *50th Anniversary Program*. New Orleans, LA, Vieux Carré Commission.
- Vieux Carré Commission, 1986, *Design guidelines*. New Orleans, LA, Vieux Carré Commission.