

# De la ville patrimoniale au produit d'appel Le cas de la capitale mondiale de l'aluminium

Lucie K. Morisset

Volume 19, numéro 1, printemps 2000

Pour une culture du tourisme au Saguenay–Lac-Saint-Jean

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1071809ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1071809ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)

1923-2705 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Morisset, L. K. (2000). De la ville patrimoniale au produit d'appel : le cas de la capitale mondiale de l'aluminium. *Téoros*, 19(1), 63–66.  
<https://doi.org/10.7202/1071809ar>



# DE LA VILLE PATRIMONIALE AU PRODUIT D'APPEL

## LE CAS DE LA CAPITALE MONDIALE DE L'ALUMINIUM

**Lucie K. Morisset**

*L'affirmation voulant que le développement culturel soit intimement lié à la valorisation touristique apparaît dorénavant comme une lapalissade ; l'appétit du tourisme dit « culturel » pour les particularités locales et les déploiements spectaculaires tient pareillement de l'évidence. Au Saguenay, la cité industrielle d'Arvida<sup>1</sup>, créature d'Alcan<sup>2</sup>, recèle l'un de ces déploiements, à la fois attraction exceptionnelle et joyau du patrimoine collectif : rare, même unique, la ville de compagnie, qui célèbre son soixante-quinzième anniversaire avec le millénaire, préserve l'empreinte du projet urbain le plus achevé de l'Amérique de ce siècle. Le présent article brosse un bref tableau des intérêts de la ville et expose les efforts de préservation et de valorisation qui sont proposés afin de mettre en tourisme ce qui, bientôt, pourrait devenir un joyau du patrimoine mondial.*

### LA VILLE

Planifiée en 1925 par un architecte étasunien, Harry B. Brainerd, qui faisait alors les manchettes de l'actualité du *town planning*, Arvida, dès avant sa naissance, s'imposait par son envergure : l'affiche en couleurs du tracé de la « Washington du Nord », d'ailleurs diffusée par Werner Hegemann, était celle d'une cité de 50 000 habitants, parfaitement divisée, organisée, construite, habitée, végétalisée et « circulée » selon ce qui n'était, jusqu'alors, que théorie. Là où le potentiel hydraulique<sup>3</sup> permettait d'établir la centrale la plus puissante du monde occidental, Alcoa (compagnie mère d'Alcan) rêvait, autour de sa novatrice (et énergivore) industrie aluminère, d'implanter une ville autarcique, projetant même d'extraire sa matière première du sol de la région : aucune surprise à ce que le projet urbain ait tenu lieu d'image de marque de la compagnie, sur le papier, certes, mais aussi dans le paysage du Québec dont la ville, construite, repoussait les frontières.

Puis, au vu de la nécessité d'attirer et de retenir ouvriers et employés « à 250 milles au nord de Boston » — comme on le disait — et motivée, de surcroît, par les recherches contemporaines sur l'habitat, la compagnie a entrepris, fait exceptionnel, de loger employés et ouvriers dans des maisons pavillonnaires, unifamiliales. Adéquation parfaite, même avant la lettre, du *home* de l'*American Dream*, Arvida concluait ainsi plus d'un demi-siècle d'explorations infructueuses sur l'habitat ouvrier, que ni les plus paternalistes, ni les plus philanthropes des compagnies n'avaient encore su résoudre. Aucune surprise : pour semblablement concrétiser la *Cité industrielle* de Garnier, Alcoa avait mis en œuvre un système aussi rigoureux qu'efficace et, à cette échelle, l'un des premiers chantiers « préfabriqués » que l'on connaisse. Mais alors que la systématisation, ailleurs, avait sacrifié le paysage à l'économie — le célèbre et non moins monotone « lotissement en fer à cheval » de Bruno Taut à Berlin, construit en même temps qu'Arvida, en est un exemple —,

Arvida fut « assemblée » à partir de composantes architecturales préfabriquées et permutables (cheminées, fenêtres, portes, lucarnes, etc.), ce que seule permettait la construction en charpente nord-américaine. Une planification systémique de la construction acheva l'exploit : d'après les plans de 65 types de maisons, toutes différentes, jusqu'à 800 hommes bâtirent 270 maisons... en 135 jours.

Dans cette ville où l'on construisait « *much in the same fashion as Henry Ford builds automobiles*<sup>4</sup> », il n'est pas étonnant non plus que, une fois la crise économique passée, on n'ait pas complété la forme urbaine selon la prescription du plan original, qui déjà datait. Utopie inachevée ? Bien au contraire : plus que jamais image de marque de la compagnie, Arvida épousa plutôt, pendant l'entre-deux-guerres, les préceptes de la planification qui se métamorphosait. Puis, pour sa population décuplée, pendant la Seconde Guerre mondiale, Arvida se déploya en l'une des premières « banlieues » nord-américaines. Dessinés par les architectes de l'avant-garde québécoise (E.I. Barrott, L. Desgagné, H.L. Fetherstonhaugh, par exemple), ses pavillons, semés sur des avenues larges, boisées et curvilignes, constituèrent par surcroît le premier ensemble néo-régionaliste du Canada français.

### PROTÉGER UN PATRIMOINE

Tracé urbain, paysage, habitat et architectures novateurs, histoire originale et épopée inégalée, Arvida — fait très exceptionnel sans doute — survit aujourd'hui dans un remarquable état de conservation. L'attention minutieuse de la compagnie mère, qui

la préserva sans relâche jusqu'au lendemain de la guerre, n'est sans doute pas étrangère à l'intégrité du trésor ; puis, ça et là, de plus en plus nombreux, les Arvidiens ont pris la relève. C'est apparemment à titre de joyau du patrimoine qu'Arvida passe le cap du millénaire ; legs du XX<sup>e</sup> siècle, la ville industrielle devient berceau historique de l'aluminium. Et, si peu de Québécois ignorent son nom (dictionnaires et encyclopédies l'évoquent, aux articles « aluminium » ou « Canada »), il semble bien que ce soit à l'héritage mondial qu'Arvida ressortisse désormais : un reportage sur la ville, diffusé à TF1 à quelque 12 millions de téléspectateurs, en est un indicateur probant.

Il s'agit donc, dorénavant, de penser la conservation de la ville dans la durée, en parallèle du désengagement de ses promoteurs traditionnels : s'il n'est plus du domaine de la compagnie de couvrir la ville industrielle, le « patrimoine » n'est plus non plus, il faut bien l'avouer, sous la seule juridiction de l'État. C'est donc à mi-chemin entre la notoriété croissante d'une attraction touristique et la conservation de l'ensemble urbain couvé par les historiens d'art et d'architecture qu'il convient de conjuguer la consécration institutionnelle à la protection matérielle et l'aménagement de valorisation au rayonnement ; justement dosées, mise en tourisme, mise en culture et mise en valeur, en bout de ligne, assureront en quelque sorte « l'auto-protection » d'Arvida.

## LE TOURISME, MOYEN DE PROTECTION ET OUTIL DE DÉVELOPPEMENT CULTUREL

L'approche que nous avons adoptée quant à la protection des intérêts d'Arvida, qui vise à constituer la ville en produit d'appel, reposait sur le postulat selon lequel le tourisme peut être un outil de développement culturel. L'équation est simple : la reconnaissance collective qui sous-tend le succès d'une attraction touristique reste la principale garante de la préservation de la ressource, tant en ce qui concerne la volonté de protection (nul ne penserait, aujourd'hui, à raser le Vieux-Québec ou à détruire les collections du musée du Louvre) qu'au regard des assises économiques d'un tel projet de conservation, qui ne peut être financé, dans le contexte actuel, que par un apport extérieur. Le tourisme, cette panacée (!), devient un



*Vue aérienne de la « ville construite en 135 jours », plantée de 709 arbres en 1927, photo Canadian Airways, 1936, ANQC, fonds de la Société historique du Saguenay, Album Alcan 10.1.*

moyen de conservation : il apporte l'argent, bien sûr, mais aussi une reconnaissance qui, à son tour, motive la conservation à l'échelle locale. À son tour, parce que cette reconnaissance doit, d'abord, se construire localement.

C'est dire que notre volonté de protéger Arvida, antérieure à celle de « mettre en tourisme » la ville, devait d'abord aboutir à la fabrication de la reconnaissance. Dans les termes que Dean MacCannell a clarifiés, il s'agissait, donc, de faire d'un objet anonyme un « sight », une « chose-à-voir », puisque Arvida s'était échappée de toutes les mémoires ; puis, la ressource, cette « chose-à-voir » en laquelle tous reconnaîtraient quelque potentiel, pourrait devenir une attraction.

Le premier stade de la reconnaissance est la connaissance : nous l'avons franchi (voir plus bas). Puis, il va de soi que la reconnaissance collective, en Occident à tout le moins, s'associe à une reconnaissance institutionnelle. Sur la base de la connaissance colligée, puis diffusée, nous avons donc proposé l'édifice suivant : une reconnaissance municipale (citation / constitution de « sites du patrimoine ») fonderait une reconnaissance provinciale (classement d'un arrondissement), puis une reconnaissance nationale (désignation d'un

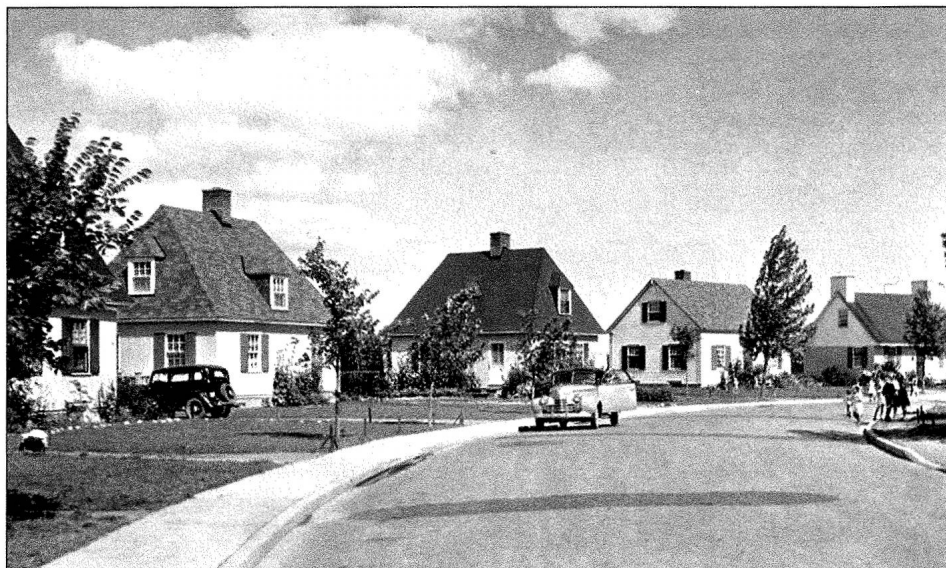
lieu historique) et, enfin, une reconnaissance internationale. En d'autres mots, nous avons tracé le chemin de la création d'un site du patrimoine mondial. Dans cette voie, noyau des partenariats que la cité modèle fédère, la ville de Jonquière, de concert avec le ministère de la Culture et des Communications, a ainsi entrepris l'été dernier de tracer la nouvelle épopée arvidienne : la « capitale de l'aluminium » a été divisée en secteurs, futurs sites du patrimoine, devant faire l'objet de plans d'implantation et d'intégration architecturale en transparence desquels la ville, protégée, gagnerait aussi la reconnaissance de ses résidents. Un inventaire du bâti de deux premiers secteurs a été mis en œuvre, là où pourrait être délimité un arrondissement historique, désigné comme la « ville construite en 135 jours » ; cet inventaire, qui doit bien sûr nourrir un outil de gestion du paysage urbain, pose ainsi les bases d'autres reconnaissances, québécoises, canadiennes, échafaudées sur le consensus local.

À ce stade, le consensus devient la clé de voûte du projet : avant que n'y soit identifiées des thématiques particulières qui alimenteront la « commercialisation » de l'objet touristique, il convient en effet de fédérer les intentions en un unique concept et en un unique objet. Si, à la lumière

de la reconnaissance qui se fait jour, il paraît dorénavant dérisoire qu'une valorisation touristique de l'aluminium se fasse en quelque autre lieu, il importe de ne pas déroger à la logique originelle du projet de mise en valeur. C'est dire, d'une part, que les actions et les volontés des intervenants (depuis la Ville jusqu'à l'Alcan, ou depuis la Société de développement de Jonquière jusqu'à la Fédération touristique, par exemple) doivent coïncider, par-delà les jalousies locales : les efforts menés jusqu'ici sont prometteurs à cet égard. D'autre part, il importe de ne pas oublier les motifs qui peuvent constituer Arvida en produit d'appel. Pourquoi Arvida, plus que tout autre lieu, peut-elle être un produit d'appel ? D'abord parce que la ville est exceptionnelle, à l'échelle occidentale. Puis, parce que cette distinction s'inscrit dans la ressource tangible, c'est-à-dire dans des rues, dans des architectures, dans un paysage révélateur *in situ* : la spécificité de la ressource, source de satisfaction pour les chercheurs de *typique* (les touristes), est donc concurrentielle, puisqu'elle ne peut raisonnablement être reproduite ailleurs (alors qu'un « Disneyland » par exemple, plus coûteux de surcroît, et de peu de valeur quant au développement culturel, peut aisément être édifié en tout lieu).

## LES PRINCIPES DE LA VALORISATION DU SITE TOURISTIQUE

C'est dire qu'il importe, dorénavant, de développer — en parallèle des efforts soutenus quant à la protection et à la reconnaissance institutionnelle (classement, etc.) — un appareil de mise en tourisme qui, sans jamais déroger à la caractérisation de la ressource, en densifie le caractère évocateur. Car c'est de cela qu'il s'agit : plutôt que de superposer à cette ressource des indicateurs qui voilent son potentiel, comme cela s'est fait ailleurs (créer quelque « festival de la patate bleue » ou quelque musée de la papeterie, par exemple, qui n'aurait aucun rapport avec la ressource elle-même), il faut, simplement, mettre Arvida en spectacle. Cela doit devenir l'obsession des gestes de protection, de l'aménagement, de la restauration, de l'hôtellerie, des événements, des attraits, des activités, des expositions... Imaginons le processus en une pyramide, construite sur la ressource : la création et la valorisation du site doivent procéder d'une



*L'une des cartes postales qui diffusèrent l'image de la ville, dans les années 1940 et 1950, collection particulière.*



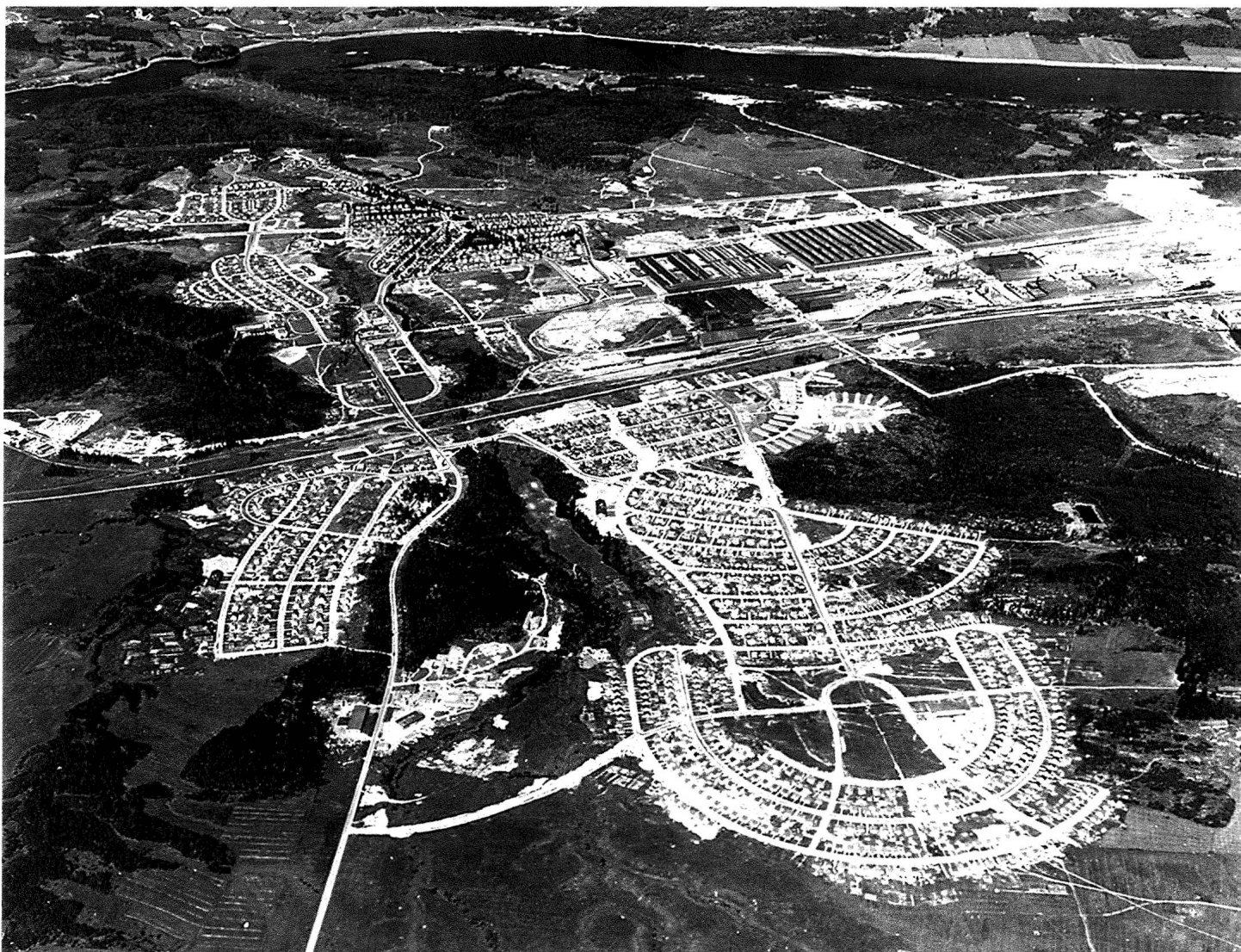
*Panorama du premier quartier ouvrier et des usines, en 1927, Alcan, JON/27/2#1.*

préservation (premier niveau), d'une mise en valeur (deuxième niveau) et d'une interprétation (troisième niveau) qui, en plus d'être cohérentes, doivent concourir à amplifier le signal de la ressource (ses significations originelles) sans jamais s'y superposer. Afin de développer cet appareil, dont les retombées culturelles seront aussi nombreuses que le lien entre la ressource et sa valorisation sera grand, un groupe d'étudiantes et d'étudiants inscrits à la maîtrise en gestion et planification du tourisme de l'UQAM iront dès cet été, grâce notamment à l'aide du ministère de la Culture et des Communications, « faire

charrette » à Arvida. Nous empruntons l'expression à la pratique de l'architecture, qui veut qu'une session intensive de création alimente des projets forts : pendant une semaine, les étudiants, de concert avec les intervenants municipaux, notamment, pourront « plancher » sur la mise en tourisme d'Arvida.

Signe prometteur, ainsi, la « capitale de l'aluminium », qui faisait les manchettes canadiennes et européennes pendant la Seconde Guerre, revient partout au jour : livres, articles et radiodiffusions, mais aussi projets d'aménagement, de restaura-





Vue aérienne au terme de l'expansion de la ville pendant la Seconde Guerre mondiale, photo Alcan Montréal, JON/45/2#2.

tion, de valorisation touristique bénissent sa réapparition dans l'imaginaire collectif québécois. Quelques articles du présent numéro de *Téoros* en font mention : ce n'est probablement pas l'effet du hasard.

Fleuron du Saguenay, berceau d'Alcan ou joyau de l'histoire de l'architecture occidentale, Arvida entame ainsi une vie nouvelle, certes dans la continuité de son rôle d'image de marque, que le tourisme prendra en relève : moins comme productrice industrielle, cependant, c'est comme héritage, comme écrin de l'histoire, comme productrice de mémoire qu'elle concerne désormais la collectivité.

*Historienne d'architecture, Lucie K. Morisset est professeure au Département d'études urbaines et touristiques de l'Université du Québec à Montréal et chercheure au Centre d'études*

*interdisciplinaires sur les lettres, les arts et les traditions (CÉLAT) de l'Université Laval. Elle est aussi directrice de Téoros.*



## NOTES

- 1 Depuis 1975, Arvida a été intégrée, ainsi que sa voisine Kénogami, à la ville de Jonquière.
- 2 Arvida était originellement l'œuvre de l'Aluminum Company of America qui céda ses propriétés étrangères à l'Aluminum of Canada en 1928 ; la ville porte d'ailleurs le nom d'ARTHUR VINING DAVIS, président d'Alcoa.
- 3 Il s'agit de celui offert par l'aménagement de la « Grande Décharge » du lac Saint-Jean.
- 4 Lire, à ce sujet, Morisset, 1998.

## BIBLIOGRAPHIE

Pour une bibliographie plus complète sur Arvida et sur les villes industrielles planifiées, on consultera :

Morisset, Lucie K. (1998), Arvida. *Cité industrielle : une épopée urbaine en Amérique*, Sillery, Septentrion, 251 p.

Quant à la conservation et à la mise en valeur de la ville, on peut consulter :

Morisset, Lucie K., et Luc Noppen (1999), *Plan de conservation et de mise en valeur du patrimoine architectural et urbain d'Arvida*, Jonquière, Ville de Jonquière, 99 p.