

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LA PLACE DU TOURISME DANS LES RECONVERSIONS D'ANCIENS TERRITOIRES  
INDUSTRIELS MONTRÉALAIS : COMPARAISON ENTRE GRIFFINTOWN ET LES SHOPS  
ANGUS

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN DÉVELOPPEMENT DU TOURISME

PAR

---

ALEXIS GUILLEMARD

FÉVRIER 2017

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.07-2011). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

Écrire ce mémoire n'aurait pu se faire sans le concours de personnes que je tiens à remercier.

Je pense tout d'abord à Dominic Lapointe, directeur de ce mémoire, qui a joué un grand rôle dans l'éveil de mon intérêt pour la recherche et qui a été d'une grande aide pour donner une orientation à mon travail. Je remercie également l'ensemble du programme pour m'avoir donné la possibilité de changer de chemin, en passant du profil stage au profil mémoire. J'ai une pensée particulière pour Chantal Gaboriau, qui a toujours su apporter des réponses et des solutions face à ces multiples soucis administratifs que rencontre un étudiant français quand il arrive au Québec. De plus, chacun des cours et des professeurs a apporté un angle différent pour aborder l'étude du tourisme. Cette richesse nous permet, étudiants, de comprendre puis (on l'espère) de transmettre dans nos travaux, la multidisciplinarité des études touristiques.

Je ne peux oublier non plus la contribution de mes informateurs, dont les entrevues et le temps qu'ils m'ont accordé ont donné du sens à ce mémoire.

Enfin, ma famille, ma compagne, mes amis, mes coéquipiers de soccer et mes camarades m'ont été d'un grand support dans les moments de stress et de doute. Merci à tous !

## TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES .....	v
LISTE DES TABLEAUX.....	vi
Résumé.....	vii
INTRODUCTION .....	1
CHAPITRE I	
MISE EN CONTEXTE ET PROBLÉMATIQUE .....	3
1.1 Mise en contexte .....	4
1.1.1 Tourismes urbains.....	5
1.1.2 Les espaces du tourisme urbain et pratiques associées : étude des marqueurs d'une métropole touristique à travers le cas montréalais .....	12
1.1.3 Se distinguer de la concurrence et rechercher de nouveaux espaces. ....	19
1.2 Problématique : de la friche à sa reconversion, comment le tourisme est-il intégré dans ces processus ? .....	23
1.2.1 Les friches industrielles : espaces marginalisés, réserves d'espace .....	24
1.2.2 Les reconversions d'anciennes friches industrielles : vers des reterritorialisations urbaines durables ?.....	28
1.2.3 La réhabilitation d'anciens quartiers industriels et le tourisme : des opportunités ? .....	34
1.3 Montréal, ancienne ville industrielle.....	44
1.3.1 De la ville industrielle au déclin des manufactures à Montréal. ....	44
1.3.2 Des espaces en friche .....	48
1.3.3 Espaces montréalais en reconversion.....	50
CHAPITRE II	
CADRE THÉORIQUE, MÉTHODOLOGIE ET JUSTIFICATION DES CAS .....	54
2.1 Cadre théorique.....	55
2.2 Méthodologie .....	70

2.1.1 Une méthodologie qualitative .....	71
2.1.2 La pertinence de l'étude de cas .....	72
2.1.3 Fiabilité et validité des résultats .....	74
2.1.4 Les sources de collecte de données .....	79
2.1.5 L'échantillon .....	83
2.1.6 Les limites de notre étude.....	88
2.1.7 Considérations éthiques.....	89
2.3 Justification des cas : deux anciens territoires industriels et deux choix de reconversion .....	90
CHAPITRE III	
PRÉSENTATION DES RÉSULTATS .....	99
3.1 Les reconversions des Shops Angus et de Griffintown.....	100
3.1.1 La reconversion des Shops Angus.....	100
3.1.2 La reconversion de Griffintown .....	106
3.2 L'insertion du tourisme dans la réhabilitation des Shops Angus et de Griffintown.....	117
3.2.1 Le tourisme dans la reconversion des Shops Angus .....	117
CHAPITRE IV	
DISCUSSION .....	129
4.1 La nouvelle territorialité de Griffintown et la place du tourisme. ....	130
4.2 Les Shops Angus, l'émergence d'un tourisme industriel sur un territoire qui n'envisage pas le tourisme comme option de développement .....	138
CONCLUSION .....	150
BIBLIOGRAPHIE .....	162
ANNEXES .....	155

## LISTE DES FIGURES

Figure .....	Page
1.1 Sub-themes within the domain of urban tourism research (Ashworth et Page, 2009).....	11
1.2 Déchargement du vapeur « Durham City », Montréal, QC, 1896, Musée Mc Cord.....	47
2.1 Les Shops Angus, ancienne enclave industrielle au milieu de quartiers populaires .....	85
2.2 Griffintown, un ancien quartier industriel au pied du centre-ville et du vieux-port .....	86
2.3 Le Canal de Lachine et Griffintown en 1896, Vue de Montréal depuis la cheminée de la centrale de la Montreal Street Railway, QC, Musée Mc Cord.....	91
2.4 Caractérisation détaillée de l'occupation des sols de Griffintown en 1964 : la très forte implantation de l'industrie par rapport à 2007 ; tiré de Hanna, 2007.....	92
3.1 Photographie du carrefour de l'économie sociale, Shops Angus, 2016 .....	103
3.2 Photographie d'origine, 2015 : l'espace vacant de la Phase 2 .....	105
3.3 Prévision de la Phase 2 du Technopôle Angus (site internet du Technopôle)....	106
Figure .....	Page

3.4 Photographie d'origine, Griffintown, 2015 .....	113
4.1 Photographie d'origine, Parc Jean Duceppe, été 2016 .....	120
4.2 Photographie d'origine, la conservation des façades aux Shops Angus, été 2016 .....	121
4.3 Perspective promenade Smith, NIPpaysage .....	136
4.4 Axonométrie illustrative, NIPpaysage.....	137

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau .....	Page
1.1 Tiré de Sobry et Cuvelier, 2001, La pluralité des visites d'entreprises dans Le tourisme industriel : le tourisme du savoir-faire ?.....	21
1.2 Tiré de Sobry et Cuvelier, 2001, La pluralité des visites d'entreprises dans Le tourisme industriel : le tourisme du savoir-faire ?.....	22
1.3 Inspiré de Sobry et, Cuvelier, 2001, La pluralité des visites d'entreprises dans Le tourisme industriel : le tourisme du savoir-faire ? .....	37
1.4 Tiré de Feifan Xie (2015) Type of industrial sites and examples, dans Industrial Heritage tourism, p. 45.....	39

## RÉSUMÉ

Cette recherche vise à comprendre la place du tourisme dans les reconversions d'anciennes zones industrielles de Montréal. Nous tentons d'abord de situer le contexte du développement du tourisme urbain montréalais. Puis, un cadre théorique de géographie sociale et critique détermine un processus de recherche par étude de cas multisite. Nous comparons deux territoires, les Shops Angus et Griffintown. De prime abord, les résultats des deux études de cas dévoilent un tourisme de loisir encore peu développé. Cela témoigne d'un secteur économique peu considéré par les acteurs de ces reconversions, qui ne semblent pas croire qu'il offre suffisamment de garanties de succès. En revanche, en regardant de plus près nos cas, nous réalisons que le tourisme existe, mais sous des formes inhabituelles. Entre touristification du quotidien à Griffintown et tourisme industriel aux Technopôle Angus, deux territoires aux logiques de réhabilitations opposées semblent encore confirmer l'hypothèse de Raffestin (1986) selon laquelle « tous les lieux ne sont pas touristiques, mais tous peuvent le devenir » (Raffestin, 1986, p. 14).

Mots clés : reconversion, territoire, tourisme urbain, Montréal, étude de cas.



## INTRODUCTION

La crise du fordisme a généré des changements structurels dans les économies et les sociétés occidentales. Ses répercussions se sont diffusées dans les territoires, les vidant parfois de leur fonction productive. Cette désindustrialisation signifie la fin d'un modèle et l'émergence d'un nouveau. Cette crise sous-tend aussi différents destins territoriaux. Les territoires qui étaient les rouages du système productif fordiste paraissent s'être, pour beaucoup, effondrés. Abandonnés, ils témoignent d'une mise en friche : une « déterritorialisation », une « détemporalisation » et une « désocialisation » (Raffestin, 2012, p. 171). La friche industrielle, au bout d'un moment plus ou moins long, est réinvestie par la nouvelle économie issue du capitalisme, *tertiarisée*, flexible, connectée. Un nouveau mode de production (re)produit l'espace : « le mode de production organise – produit – en même temps que certains rapports sociaux – son espace et son temps » (Lefèbvre, 1974, XXV). Les fonctions territoriales décidées pour la reprise de ces anciens espaces productifs varient. Pour certaines des friches industrielles, notamment en Angleterre et en France, les acteurs politiques, économiques et sociaux choisissent la voie d'un redéveloppement par le tourisme.

En ville, ce choix se justifie par la recherche de nouveaux espaces pour développer le tourisme urbain. En Amérique du Nord, cette dynamique s'explique par la recherche d'avantages comparatifs en mesure de se distinguer d'une très forte concurrence, notamment sur la façade Est-Atlantique. Le Distillery District de Toronto, ou la ville de Lowell, dans le Massachussetts par exemple, peuvent symboliser le patrimoine industriel mis en valeur à des fins touristiques. D'après notre revue de littérature, il n'existe pas encore d'études qui s'intéressent au lien entre tourisme et reconversion à Montréal.

Dans le premier chapitre, nous mettrons en place le contexte et présenterons la problématique et les objectifs de recherche. Nous établirons donc *ce que l'on sait* pour ensuite pouvoir définir *ce que l'on veut savoir*. Nous aborderons donc ce

chapitre par une présentation de l'objet d'étude, le tourisme urbain. Puis, nous décrirons certains de ses marqueurs significatifs, en particulier dans le cas de Montréal. Nous serons alors en mesure de montrer que des nouveaux espaces pour le développement du tourisme urbain apparaissent, et parmi eux, les anciennes zones industrielles. Le deuxième tiers de ce chapitre problématise notre sujet. Nous présentons les aménités touristiques des anciens territoires industriels, en friche ou en reconversion. De là, nous interrogerons si, dans le cas de reconversions montréalaises, le tourisme est un levier de développement, s'il participe à la construction de ces nouvelles territorialités et si le système du tourisme urbain montréalais inclut les territoires en reconversion. Nous concluons ce chapitre par une synthèse historique et actuelle quitémoignede Montréal commeune ancienne ville industrielle.

Le deuxième chapitre débute par la présentation du cadre théorique, structurant pour le reste du mémoire. Nous y déterminerons notre posture épistémologique socioconstructiviste, puis présenterons les théories et concepts clés mobilisés pour répondre à notre problématique (territoire, théories de la production de l'espace, développement territorial et tourisme urbain).

Nos postures impliquent certains choix méthodologiques, que nous éclaircissons dans la deuxième partie de ce chapitre. Ainsi, nous allons présenter en quoi l'étude de cas multisite s'avère un ensemble de méthodes adapté à notre problématique et à notre cadre théorique. Le processus de recherche sera ensuite détaillé. Enfin, nous justifierons le choix de nos cas : les Shops Angus et Griffintown.

Le troisième chapitre présente les résultats de nos études de cas. Dans un premier temps, nous synthétiserons les éléments de nos entrevues, nos observations, nos recherches documentaires, qui font l'état des lieux des deux territoires en reconversion à l'étude. Puis, nous verrons comment le tourisme s'inscrit dans ces démarches et comment ce secteur est considéré.

Le quatrième et dernier chapitre consistera à présenter les implications théoriques de nos résultats pertinentes pour traiter notre problématique.

## CHAPITRE I : MISE EN CONTEXTE ET PROBLÉMATIQUE

Étudier le tourisme en milieu urbain implique de comprendre les termes qui le composent, trouver ses marqueurs et quels territoires il peut investir. Il apparaît nécessaire de commencer par préciser les contours de notre objet d'étude, le tourisme urbain, pour ensuite être en mesure de l'étudier dans les territoires en reconversion, plus précisément dans le contexte montréalais. L'effort de déconstruire le contexte peut révéler les problèmes, les zones d'ombre qui n'ont pas été encore éclaircies. Ainsi, le Chapitre 1 débute par un rappel des concepts clés dans la compréhension de l'intégration du tourisme dans des contextes de reconversion d'anciennes zones industrielles. Nous allons cibler les mots et concepts centraux à définir, à comprendre et à situer.

Tout d'abord, il est important de saisir les sens de l'objet d'étude, le tourisme ; et du milieu urbain. Avant d'entrer dans le cœur du sujet et d'étudier si les zones industrielles en reconversion intègrent une dimension touristique, il semble donc nécessaire de délimiter le tourisme urbain, dans la mesure du possible, puisqu'il s'agit d'une association de deux termes aux contours flous. En nous basant sur des auteurs issus de disciplines variées, nous allons donc nous efforcer de les éclaircir (1.1.1). Puis, nous verrons que le tourisme exploite de multiples manières l'urbanité et que des marqueurs permettent de l'identifier (1.1.2). D'un côté, les espaces urbains offrent donc des possibilités de développement touristique, de l'autre, le tourisme offre aux villes de fortes retombées économiques. La mise en valeur touristique des villes les hiérarchise, et ce réseau est mis en concurrence. Afin de se distinguer dans cette compétition ardue, les grandes villes renouvellent régulièrement leur offre touristique. Un moyen de le faire réside dans l'exploitation touristique de nouveaux espaces. Parmi ces espaces, les vestiges de l'ère industrielle en reconversion proposent des

spécificités qui peuvent parfois être mises en tourisme (1.1.3). Cette partie nous dirige vers la problématisation.

En effet, le tourisme urbain peut se développer dans des anciennes zones industrielles (1.2). Cela se concrétise de différentes manières et dans différentes temporalités. Le premier moment que traversent certaines anciennes zones industrielles est celui de la friche industrielle (1.2.1). Dans un contexte où il y a de moins en moins de place pour lancer des projets en ville, ces espaces issus du fordisme, mais ensuite abandonnés offrent un potentiel de développement très intéressant (Dumesnil et Ouellet, 2002). Ainsi, dans tous les pays industrialisés depuis le XIX<sup>e</sup> siècle, des acteurs d'horizons variés réadaptent des friches industrielles à l'économie d'aujourd'hui (Smith, 2015, p. 2) (1.2.2). Les processus de reconversion qui réinvestissent ces friches peuvent devenir des opportunités pour le tourisme. La problématique de l'intégration du tourisme dans les reconversions d'anciennes friches industrielles en milieu urbain apparaît donc. Nous verrons comment le secteur touristique s'est parfois greffé à ces projets et a profité des aménités du renouveau de ces territoires (1.2.3). En dernier lieu, l'étude plus spécifique de la relation entretenue par Montréal avec son passé industriel démontrera la pertinence du choix de cette métropole.

### 1.1 Mise en contexte

La partie présente est donc consacrée à mettre en place le contexte de l'étude. Nous cherchons à étudier comment le tourisme peut s'arrimer à des processus de reconversion d'anciennes zones industrielles. Nous allons nous concentrer sur les espaces qui se trouvent en ville. Par conséquent, en premier lieu, nous tenterons de synthétiser les définitions du tourisme urbain. Suite à cela, nous verrons quels marqueurs distinguent cette forme de tourisme, comment il se matérialise en ville et comment il modifie le territoire (marqueurs). Cela va finalement nous mener à faire le constat d'un tourisme aux évolutions rapides, à la recherche de nouveaux espaces et

concepts pour se distinguer d'une concurrence féroce. Ainsi, toutes ces démarches nous recentrent sur les anciens territoires industriels en reconversion. En effet, nous partons d'un concept général (le tourisme urbain), pour voir comment il se matérialise dans les villes et quels sont les espaces qu'il peut encore investir. Parmi ces espaces se trouvent les friches industrielles en reconversion.

### 1.1.1 Tourisme urbain

Tourisme et urbanité sont corrélés. En effet, les villes représentent les destinations les plus prisées des touristes (Law, 2002, p.1). Pourtant, comme beaucoup de concepts en sciences sociales, le tourisme urbain paraît complexe à délimiter. Dans ce sens, « tourisme » et « urbain » constituent déjà deux termes aux définitions relatives à des territoires ou des secteurs économiques. Avant de synthétiser des définitions du tourisme urbain, il nous paraît donc nécessaire de caractériser les deux mots qui composent ce concept.

#### ○ Définir le tourisme

Dès 1972, Marc Boyer résume la complexité qui entoure le tourisme : « Pour qui veut écrire sur le tourisme, le plus difficile est de le définir ». L'organisation mondiale du tourisme (OMT) a posé les bases d'une définition discutée, notamment chez les chercheurs qui travaillent sur cet objet.

Le tourisme est un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires. Ces personnes sont appelées des visiteurs (et peuvent être des touristes ou des excursionnistes, des résidents ou des non-résidents) et le tourisme se rapporte à leurs activités, qui supposent pour certaines des dépenses touristiques. (OMT, 2007, para. 2)

Pour expliquer ce phénomène, l'OMT inclut les excursionnistes. Il n'y aurait donc pas que les touristes qui feraient du tourisme. Or, dans un même temps, l'organisation donne une définition du touriste comme un individu qui a quitté son foyer pour une durée d'au moins 24h, que cela soit au sein de son propre pays ou à l'extérieur. La limite des 24h est loin de faire consensus. Ainsi, de nombreux auteurs qui s'intéressent au tourisme voudraient élargir la définition en y intégrant les excursionnistes (Law, 2002, p. 2).

Actuellement, le tourisme et le loisir se recouvrent de plus en plus (Knafou, 2013). Certains regrettent que des scientifiques perpétuent le flou autour de ces notions :

La difficulté, en réalité, ne me semble venir que de la détestable pratique qui fourre dans une même «statistique», et sous le nom de «tourisme», des «nuitées», et autres évaluations, flatteuses pour les professions concernées (hôtellerie, voyagistes, transporteurs, etc.), mais relevant de phénomènes géographiques totalement différents. Or ce n'est certes pas une excuse. C'est aux géographes de faire le tri, au lieu de se laisser imposer un vocabulaire simpliste, orienté et totalisant, qui permet d'afficher des résultats très exagérés. C'est encore moins une raison de confondre tourisme et récréation, ou tourisme et voyage, alors que le tourisme est précisément à l'intersection de récréation et voyage. (Brunet, 1997, p. 204)

Brunet (1997), dénonce avec véhémence le fait que certains géographes (dont Knafou, directement cité plus tard dans le texte) brouillent les limites entre tourisme et récréation. Il apporte néanmoins un point intéressant dans la définition du tourisme « à l'intersection de récréation et voyage » (Brunet, 1997, p. 204).

Toutefois, les observations de Knafou (2013), qui ne paraissent donc pas convaincre Brunet, nous semblent fondées. En effet, les pratiques spatiales des excursionnistes et des touristes contribuent à la rencontre des sphères touristiques et des loisirs. Des infrastructures et aménagements prévus pour les habitants d'une ville peuvent attirer des touristes, et inversement. Résultat de ces débats définitionnels autour du touriste, le terme de « visiteur », plus généraliste, apparaît souvent. Pour cette étude, il est convenu que le loisir et le tourisme ne sont pas deux entités qui existent indépendamment l'une de l'autre. Toutefois, nous convenons tout de même qu'un touriste est différent d'un résident à la recherche de loisir. En effet, un touriste ne

consomme pas comme un résident et habite l'espace différemment, du fait qu'il est étranger au lieu qu'il visite.

En dépit d'une définition discutée et parfois qualifiée de « fourre-tout » (Cuvelier, 2001, p. 20), l'OMT permet de donner des indicateurs communs. En effet, au-delà de discussions épistémologiques et académiques entre chercheurs, l'enjeu de ces définitions est de pouvoir mesurer l'impact du tourisme dans les lieux où il se développe (Law, 2002, p.2).

Ces définitions, malgré leurs nécessaires existences, intègrent mal le caractère hétéroclite du tourisme en désignant le tourisme et le touriste surtout dans leur rôle économique et consommateur. Or, dans la perspective de rédiger un mémoire dans un contexte de tourisme et de reconversion, il convient de partir du postulat que le tourisme touche les économies et les sociétés hôtes à de multiples niveaux et échelles. Ce point justifie la multiplicité des approches disciplinaires. Cette complexité est confirmée par Knafou :

Le tourisme est un système d'acteurs, parce que c'est un système. Ce n'est pas simplement une activité économique ! Oui, c'est un système d'acteurs, de lieux et de pratiques qui a pour finalité la re-création de l'individu et pour moyens à la fois le déplacement (...) et le fait d'aller habiter temporairement dans des lieux hors de son quotidien. (Knafou, 2013, p. 10)

Ainsi, la géographie, la sociologie et l'économie sont les sciences qui s'emparent le plus du tourisme comme « objet » d'étude. Le tourisme en tant que science est une idée qui émerge. Toutefois ses méthodes, discours et auteurs sont encore trop peu nombreux pour ne s'appuyer que sur ce corpus.

#### o Définir l'urbain

Outre la complexité à définir le tourisme, le terme d'« urbain » se caractérise différemment selon les territoires. Le Larousse en donne la définition de « ce qui appartient à la ville ». Mais qu'est-ce qu'une ville ? Brunet (1992) la précise comme

une « agglomération d'immeubles et de personnes de quelque importance, qui à l'origine se distinguait de la campagne agricole. »

Les seuils démographiques à partir desquels une agglomération est considérée comme « ville » fluctuent en fonction du pays. Par exemple, une agglomération islandaise devient une ville à partir de 200 habitants, alors qu'au Japon, à partir de 50 000 (ONU, 2005). Le poids démographique ne paraît pas donc pas satisfaisant comme seul marqueur.

Une ville globale n'est pas seulement définie par la taille de la ville [9], elle est aussi caractérisée par la concentration d'une population plus éduquée et de fonctions « métropolitaines » de conception, de recherche et de production technologique à haut savoir. (Ploux-Chillès, 2014, p. 15)

En effet, si la population a son importance dans la définition d'une ville, on doit y ajouter des marqueurs d'urbanité qui la distinguent de l'espace rural et qui hiérarchisent les villes entre elles. Parmi ces marqueurs on trouve la verticalisation du bâti, les fortes densités, la concentration de fonctions économiques et dirigeantes ou encore la richesse patrimoniale et la diversité culturelle. Les chercheurs étudient donc la ville comme polarisatrice d'un espace et intégré dans un système réticulé plutôt que par le biais quantitatif (Hertzog et Sierra, 2010). Pour comprendre l'importance de l'évaluation du poids d'une ville par ses fonctions, les exemples de Genève et Bruxelles semblent adaptés. En effet, malgré leur petite taille, ces deux métropoles européennes sont considérées comme « des villes de première importance au niveau international. Elles doivent cette situation en premier lieu à la présence d'un nombre considérable d'organisations internationales, tant politiques que relevant de la société civile » (Bläser, 2009, p. 384). La concentration d'institutions internationales dans les capitales suisse et belge en font des maillons incontournables dans le système monde. A contrario, des villes géantes telles que Mexico, Séoul ou Istanbul souffrent de leur taille qui provoque des « déséconomies d'agglomération ou de coûts de congestion » (Ploux-Chillès, 2014, p. 15) et sont des têtes de réseaux moins puissantes dans l'archipel urbain mondial.



Dans ce terme polysémique d'urbain se trouve également une définition plus littéraire qui peut nous intéresser : « Politesse fine et délicate, manières dans lesquelles entrent beaucoup d'affabilité naturelle et d'usage du monde » (Centre National de Ressource Textuelle et Lexicale, s.d.). L'urbanité désigne donc un art d'être et de vivre courtois, opposé à la rusticité rurale. Il symbolise l'héritage du clivage ville/campagne qui tend à s'atténuer dans les sociétés occidentales, en raison du recul du secteur primaire et d'un mode de vie standardisé en ville ou en campagne. Le tourisme urbain correspond parfois à cette quête d'un « entre-soi élitare » (Cousin et Chauvin, 2012, p. 335).

○ Définir le tourisme urbain

À présent, intéressons-nous de plus près à la combinaison de ces deux termes : le tourisme urbain. Si on a vu précédemment que délimiter le tourisme et l'urbain s'apparentait déjà à un défi, il en est, par conséquent, de même pour le tourisme urbain. Nous allons toutefois essayer de choisir quelques éléments définitionnels qui permettront d'aborder au mieux le sujet de ce mémoire.

Pilette et Kadri proposent cette définition du tourisme urbain :

Tel qu'il existe, particulièrement en Europe, le tourisme défini comme urbain est un produit relativement spécialisé. Il concerne des villes de 20 000 habitants et plus qui présentent généralement un nombre limité d'attraits concentrant les fréquentations. Ces attraits s'articulent autour d'un nombre limité de produits (religieux, thermal, industriel, culturel) touristiques ou de secteurs d'activités atteignant un niveau élevé de notoriété, de qualité ou de savoir-faire. (Pilette et Kadri, 2005, p. 131).

L'intérêt de cette définition réside dans une définition du tourisme urbain délimitée principalement par le panel de produits urbains proposés. Il permet d'éviter de s'enfermer dans une définition statistique de ville, fluctuante selon les pays. Parmi ce « nombre limité de produits », se trouvent désignés les produits industriels et culturels. Ces produits proposés par la ville contribuent au rayonnement de la ville, le tourisme urbain est alors utilisé comme vitrine à l'international (Knafou, 2013). D'un autre côté, le tourisme urbain représente aussi un « levier économique confirmé »

(Knafou, 2013, p. 1). Pragmatiquement, il semble judicieux d'investir dans ce secteur pour peser dans l'archipel métropolitain mondial. Outre les intérêts économiquement quantifiables du tourisme urbain :

c'est aussi un levier pour peser sur les transformations positives des situations urbaines en faveur de la recherche d'une meilleure qualité de vie, d'une meilleure qualité des espaces publics, d'une meilleure sociabilité, d'une source de diffusion de valeurs, de partages et d'échanges ; bref, un facteur de pédagogie du vivre ensemble. (Knafou, 2013, p. 64)

Ici, le géographe vient appuyer l'idée d'un secteur qui ne peut se réduire à des études économiques et quantitatives. Le tourisme urbain est transversal à l'économie, aux sociétés et aux territoires qu'il investit. La complexité du développement touristique en ville et ses impacts sociaux, économiques et environnementaux, justifient que des recherches soient menées sur le tourisme urbain (Edward, Griffin et Hayllar, 2008). La figure suivante met en évidence cette complexité de l'étude du tourisme urbain, mais elle éclaire aussi par quelles sciences il est abordé.

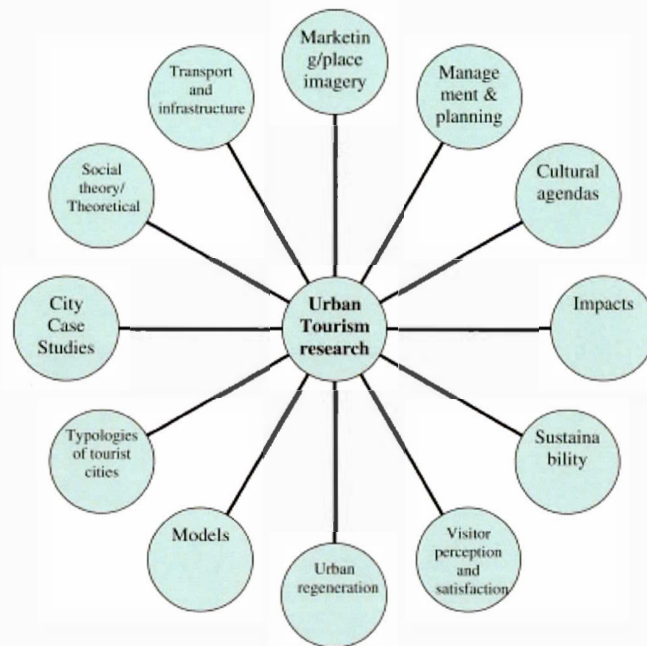


Figure 1.1: Sub-themes within the domain of urban tourism research (Ashworth et Page, 2009, p. 2)

Selon cette déconstruction du tourisme urbain en sous-thèmes dont les études urbaines touristiques s'emparent, plusieurs angles sont privilégiés pour aborder l'analyse de cet objet. Nous utiliserons plusieurs d'entre eux : la régénération urbaine, les implications aux niveaux de théories, les impacts et la durabilité du tourisme dans les anciens territoires industriels en reconversion.

Encore une fois, le choix de Montréal évacue certaines difficultés. Pilette et Kadri (2005) qualifient même le tourisme qui y est pratiqué de métropolitain :

qui se caractériserait par ses dimensions expérientielle et événementielle, se développe en absorbant et en reconvertissant de grands espaces et sites abandonnés par les industries portuaires et manufacturières. (Pilette et Kadri, 2005, p. 126).

Comme le propos de ce mémoire n'est pas la discussion urbain-métropolitain, nous nous positionnons sur l'urbain comme concept général, dont la métropolisation

constitue une des évolutions contemporaines dans laquelle Montréal s'inscrit. Nous considérons Montréal comme une grande ville, les fonctions de commandement inhérentes à son statut de métropole ne sont pas centrales dans la compréhension de l'intégration (ou non) des anciens territoires industriels dans le parcours touristique montréalais. Afin d'éviter trop de répétitions, nous utiliserons tout de même le terme de métropole, mais essentiellement pour sa caractérisation scalaire, comme synonyme de grande ville. Avant d'affiner notre étude vers la place du tourisme dans les zones industrielles reconverties, nous allons dresser un rapide portrait du tourisme urbain à Montréal.

#### 1.1.2. Les espaces du tourisme urbain et pratiques associées : étude des marqueurs d'une ville touristique à travers le cas montréalais

Nous avons donc présenté rapidement le tourisme urbain et les débats qui entourent sa définition. Le tourisme urbain investit l'espace et certaines pratiques le symbolisent particulièrement. Montréal, en tant que grande ville, présente des critères démographiques, culturels, économiques et des formes de tourisme qui la produisent comme une des villes à visiter en Amérique du Nord. Cette partie n'a pas pour but de recenser tous les attraits de la ville, mais vise à cerner des indicateurs d'une ville touristique pertinents pour la suite du mémoire, à travers le cas montréalais. Face à la complexité du tourisme urbain, quatre marqueurs qui le distinguent vont être synthétisés. Un choix de marqueurs a été réalisé suite à l'exercice de lectures croisées sur le tourisme urbain : un tourisme d'affaires important, un tourisme culturel et événementiel diversifié, et une mise en scène des espaces publics. Le premier marqueur, celui de la grande ville accessible et connectée se trouve être, au-delà d'un

marqueur, une condition préalable nécessaire au développement touristique urbain (Gunn, 1994).

Pour appuyer ce chapitre, au-delà des ouvrages et articles scientifiques, nous allons largement utiliser les rapports, bilans et diverses publications du ministère du Tourisme du Québec (Tourisme Québec) et des organismes en charge de la promotion et du développement touristique de Montréal. Cette collecte de données permet d'ancrer le cheminement de ce mémoire dans les réalités vécues par les principaux acteurs touristiques du Québec.

- L'importance des infrastructures de transport

De nombreux articles et ouvrages appuient la relation vertueuse entre des moyens de transports efficaces et le développement touristique (Gunn, 1994 ; Inskip, 1991 ; Khadaroo, 2008 ; Prideaux, 2000). Khadaroo et Seetanah (2008) dévoilent un modèle où les infrastructures de transports internationales sont les pôles d'un modèle gravitationnel qui attirent les touristes. De fait, s'intégrer au système des transports du tourisme est indispensable pour emmener des individus à quitter leur foyer vers une destination. Prideaux (2000) définit ce système des transports du tourisme comme :

the operation of, and interaction between, transport modes, ways and terminals that support tourism resorts in terms of passenger and freight flows into and out of destinations, the provision of transport services within the destination, and the provision of connecting transport modes in the tourism generating region. (Prideaux, 2000, p. 20).

À l'échelle du Québec et du Canada, Montréal joue ce rôle essentiel d'intégration au système de transport mondialisé sur lequel s'appuie le développement touristique international. Par le biais d'infrastructures de qualité qui les mettent en contact avec les territoires proches et outremer, la métropole québécoise peut gérer efficacement l'envoi et la réception de flux touristiques. Montréal représente donc un hub important. L'aéroport Pierre Elliot Trudeau joue son rôle de plateforme de correspondance polarisatrice : « En 2011, les plateformes aéroportuaires de Montréal-Trudeau et de Montréal-Mirabel ont accueilli quelque 13,7 millions de passagers et

200 631 tonnes métriques de fret aérien » (Aéroports de Montréal, 2013, p. 25). Depuis cette infrastructure, les touristes partent par voie terrestre (autoroutes, trains, autobus) ou maritime (Fleuve Saint-Laurent). Dans ce sens, le Plan de développement du tourisme 2012-2020, stratégie proposée par Tourisme Québec (2012), désigne Montréal comme principale « porte d'entrée » de la province. Cette position privilégiée entraîne le développement du tourisme urbain. En effet, 60% des touristes qui visitent le Québec passent par Montréal (Tourisme Québec, 2012). L'afflux de touristes internationaux à Montréal est largement soutenu par la présence du principal aéroport de la province. Apparaît alors le potentiel pour organiser de grands congrès et événements, activités qui nécessitent une excellente accessibilité. De fait, même pour les visiteurs dont Montréal n'est pas l'objectif principal du voyage, sa position de point de départ et d'arrivée les incite à y passer du temps, et cela peut s'appliquer à toutes les destinations métropolitaines (Lohmann et Duval, 2014).

Toutefois, Montréal devient peu à peu un nœud secondaire du système international, supplanté notamment par l'aéroport de Toronto (Pilette et Kadri, 2005, p.35). Les prévisions estimées par l'Aéroport de Montréal restent pourtant positives : « Les prévisions indiquent que le trafic aérien connaîtra une croissance annuelle moyenne de 2,6% entre 2013 et 2023 et de 2,1% au cours de la période 2023-2033 » (Aéroports de Montréal, 2013, p. 26). Cette croissance peut être en partie supportée par les nouvelles voies aériennes vers la Chine ou encore l'Europe du Nord (Islande en 2015).

- Le tourisme d'affaires : marqueur de l'intégration d'une ville dans l'économie de marché

Attirés par une accessibilité et des infrastructures d'accueil de qualité, beaucoup de professionnels convergent vers Montréal pour des congrès et des événements particuliers (tel le grand Prix de Montréal). Le tourisme d'affaires est un type de

tourisme aux objectifs commerciaux, gouvernementaux ou académiques, la partie récréative du voyage devient secondaire (Nicula et Elena, 2014). À Montréal, le Palais des Congrès concentre ces activités. Il reçoit les événements corporatifs et associatifs les plus importants. Au cours de l'année financière 2014-2015 (1<sup>er</sup> avril 2014 – 31 mars 2015), cette infrastructure accueille environ 194 000 touristes d'affaires lors de 347 événements (site web du gouvernement du Québec<sup>1</sup>). Il s'agit d'un record historique. Outre le palais des congrès, la majorité des grands hôtels de Montréal proposent des salles de réception et de réunion. Le développement de ce type de tourisme révèle le degré d'intégration d'une ville dans la compétition interurbaine mondialisée. D'un côté, la densification de salles de réception et des flux d'hommes et de femmes d'affaires en voyagedifférencie clairement le tourisme urbain des autres formes de tourisme(Fainstein et Judd, 1999). De l'autre, elle hiérarchise les villes en devenant un facteur de différenciation. Seules celles qui disposent d'un centre de congrès aux normes internationales peuvent s'intégrer au système touristique mondial (Judd, 1999).

De plus, le tourisme d'affaires a de forts impacts économiques. Les touristes d'affaires dépensent beaucoup et ce sont eux qui remplissent les hôtels (Ehrlich et Dreier, 1999). Toutefois, pour inciter les grandes conventions et les réunions d'affaires à la choisir, une grande ville doit également se distinguer par des attraits culturels. Montréal propose une offre culturelle qui semble à la fois distinctive et attractive.

- Les ressources culturelles du territoire urbain comme facteur de différenciation

Au-delà de l'accès facilité par tout un panel d'infrastructures et d'une intensification du tourisme d'affaires, Montréal propose une offre culturelle dynamique et diversifiée. Plusieurs facteurs font émerger un tourisme culturel urbain à Montréal.

---

<sup>1</sup> <http://www.fil-information.gouv.qc.ca/Pages/Article.aspx?idArticle=2305208401>

Le tourisme culturel mise sur la mosaïque des lieux, des traditions, des manifestations artistiques, des célébrations et des expériences qui représentent une nation et ses habitants, reflétant la diversité et le caractère de celle-ci. Profondément culturelles, ces expériences peuvent aussi bien être esthétiques, intellectuelles et émotionnelles que psychologiques. (Chaire de tourisme transat, 2008, p. 13)

Au niveau du tourisme de la métropole, le multiculturalisme et le bilinguisme de Montréal lui donnent un patrimoine culturel qui la différencie de ses concurrentes. Pilette et Kadri (2005) les désignent comme « supports de l'ambiance du tourisme à Montréal ». Ainsi, Montréal hérite d'une longue bipolarité, linguistique et religieuse, jusqu'au milieu du 20<sup>e</sup> siècle. Deux communautés principales cohabitent alors : les descendants français et irlandais catholiques et les descendants britanniques protestants (Pilette et Kadri, 2005). Hérité de cette période, le bilinguisme se retrouve encore dans la métropole. Cette richesse peut être utilisée comme argument touristique. D'un côté, elle crée un dépaysement à moindre coût et distance pour les touristes anglophones nord-américains. De l'autre, elle ouvre la visite de cette ville à la francophonie. De plus, ce patrimoine immatériel se visite à travers les musées qui retracent l'histoire de Montréal et du Québec, mais aussi à travers l'Art sous toutes ses formes.

À partir de la deuxième moitié du 20<sup>e</sup> siècle, l'arrivée d'immigrants de nouveaux pays émetteurs vient brouiller la bipolarité qui existe jusqu'alors. Aujourd'hui encore, la croissance démographique de Montréal et des autres métropoles canadiennes est davantage tributaire de l'immigration que celle des villes américaines (Pilette et Kadri, 2005, p.28). Pour le tourisme, cette multiethnicité et cette diversité peuvent être attrayantes à vivre et explorer. Des quartiers communautaires (Petite Italie, Chinatown, Saint Michel, Ouest du Plateau...) offrent des ambiances qui peuvent motiver la visite touristique. De plus, l'offre gastronomique très diversifiée de Montréal est également une richesse que peut exploiter le tourisme culturel de la métropole.

Le bilinguisme et la multiethnicité de Montréal expliquent en partie l'effervescence culturelle de la ville et la multiplicité de ses festivals. Plusieurs exemples viennent



appuyer cette idée : les Francofolies de Montréal, Juste pour rire, Nuits d'Afrique, le Festival du Film Black, les Week-ends du monde, l'Italian Week, etc (Gets, 2007). De fait, tous ces événements viennent contribuer à établir la réputation de Montréal en tant que métropole culturelle. Au-delà de ces festivals, d'autres événements culturels contribuent au rayonnement de la ville (concerts, expositions, événements sportifs...).

En 1996, Alain Simard aurait incité Tourisme Montréal à diffuser le slogan « Montréal, ville de festivals » pour la promotion de la ville (Simard, 2010, p.89). Cela témoigne du poids que la tenue de ces événements peut avoir dans la mise en tourisme d'une ville. Ici, le concept de mise en tourisme induit une volonté, des stratégies et des actions d'un ou plusieurs acteurs pour *touristifier* un territoire. D'un point de vue de manager touristique, Getz souligne : « events are highly valued as attractions, catalysts, animators, place marketers, and image-makers » (Getz, 2008, p. 406). Ainsi, Montréal réussit à se distinguer sur ce plan du tourisme urbain, malgré une concurrence féroce. En effet, d'après Tourisme Montréal, plus de 100 festivals ont lieu chaque année dans la ville, dont environ la moitié détient une visibilité à l'international (avec en tête d'affiche Osheaga, le Festival de jazz ou encore les Francofolies).

Enfin, la ville présente un patrimoine bâti varié. Avec le centre-ville et ses gratte-ciels, elle offre un cadre symbolique de l'Amérique du Nord. Mais les quartiers résidentiels de duplex ou triplex en briques rouges avec escalier extérieur (Plateau Mont-Royal, Rosemont-la-Petite-Patrie) dessinent une trame architecturale particulière à Montréal. L'héritage européen se remarque également. Ainsi, le Vieux Port, à travers ses bâtiments comme son pavage, vient rappeler les influences européennes de la métropole. Pilette et Kadri le décrivent comme « un territoire d'attraits patrimoniaux » (Pilette et Kadri, 2005, p. 47). Parmi eux ils recensent notamment la basilique Notre-Dame, le marché Bonsecours, la Place d'Armes, lachâteau Ramezay, les attraits culturels, les musées et les espaces publics. Les deux

auteurs citent les espaces publics comme territoire d'attraits patrimoniaux. Ils dévoilent un autre élément structurant du territoire urbain mis en tourisme.

- Mettre en scène l'espace public pour le tourisme

L'espace public se définit comme « la partie du domaine public non bâti, affectée à des usages publics. L'espace public est donc formé par une propriété et par une affectation d'usage » (Choay et Merlin, 1996, p. 320). Il regroupe « des espaces aussi bien minéraux (rues, places, boulevards, passages couverts) que verts (parcs, jardins publics, squares, cimetières...) ou plantés (mails, cours...) » (Vlès et al, 2005, p. 10). L'importance d'espaces publics attrayants dans un développement touristique urbain se vérifie dans les efforts de mise en scène de la rue entrepris dans les villes touristiques (Sassen et Roost, 1999). Le lien noué avec le théâtre est récurrent dans l'étude des espaces publics, en particulier les espaces publics touristiques (Judd, 1999 ; Sassen et Roost, 1999 ; Vlès et al, 2005; Grann, 2010).

L'espace public touristique urbain constitue une scène sur laquelle se déroule une œuvre de théâtre, celle de la société locale. Comme dans toute pièce théâtrale, quatre éléments en structurent le déroulement les comédiens représentés par les passants, le décor qui sert aussi bien l'action que l'image, le conflit qui est au cœur de l'intrigue et permet l'interaction et enfin les règles définies par le temps, le lieu et l'action. (Vlès et al, 2005, p. 10 et 11)

À Montréal, cette théâtralisation de l'espace public se matérialise dans plusieurs lieux. Par exemple, elle évoque les œuvres d'art publiques, exposées notamment à Place des Arts, les fresques peintes sur des immeubles des quartiers du Plateau et de Rosemont, des zones de repos aménagées sur les grands axes, à l'automne 2015 les terrasses rouges sur la rue Saint-Denis, ou encore le réseau dense de parcs publics qui symbolisent tout un pan de l'art de vivre à la montréalaise.

Dans notre progression, nous avons constaté que les marqueurs du tourisme urbain se retrouvent dans la métropole que nous avons ciblée. Cette mise en contexte est nécessaire, car elle nous aide à évaluer l'intégration du tourisme dans les anciennes

zones industrielles. Réciproquement, les marqueurs relevés peuvent servir à mesurer l'inclusion de ces territoires en reconversion dans le système du tourisme urbain.

Finalement, nous pouvons nous interroger sur les futurs espaces de développement touristiques qui seront choisis par les acteurs montréalais pour faire face à une forte concurrence continentale et internationale.

### 1.1.3. Se distinguer de la concurrence et rechercher de nouveaux espaces.

Si Montréal présente déjà tous ces marqueurs d'un tourisme urbain développé et reconnu à l'international, la métropole est confrontée à une très forte concurrence en Amérique du Nord. En effet, la proximité de villes telles que Boston, Toronto, New York ou encore Québec témoigne d'un large choix de villes où pratiquer le tourisme urbain dans le nord-est de l'Amérique du Nord. Pour continuer à exister et grandir dans un marché mondialisé extrêmement concurrentiel et régionalement très dense, Montréal doit chercher à se renouveler.

Dans le nord-est de l'Amérique du Nord, Mégalopolis (Gottmann, 1961), la gigantesque conurbation entre Washington et Boston, compte plusieurs métropoles et une mégalopole (New York). La proximité de cette aire urbaine avec Montréal et Toronto interroge quant à la posture que ces villes doivent avoir par rapport à leurs développements touristiques. La concurrence s'avère très dure avec des métropoles comme Boston qui offrent des produits et une image de marque reconnus à l'international. Pour une ville comme Montréal et la province du Québec en général, il s'agit de trouver quels produits et arguments mettre de l'avant. Lorsque l'on consulte le Plan de Développement du tourisme 2012-2020, les références à la concurrence sont très fréquentes. Le plan brosse le portrait d'une concurrence « féroce » (Tourisme Québec, 2012, p.9) dont il faut absolument « se démarquer » (Tourisme Québec, 2012, p. 23, 25, 31).

Ce climat de compétition entre différents territoires et observable à toutes les échelles d'analyse est un élément à prendre en compte lors d'une étude dont l'objet est le tourisme. Pragmatiquement, dans notre société utilitariste, il s'agit d'un argument central pour justifier des recherches sur des nouveaux produits touristiques. La concurrence exacerbée constitue aussi l'un des facteurs explicatifs des mutations rapides des différentes formes de tourisme, de l'émergence de certaines et de la disparition d'autres. Enfin, cette compétition révèle aussi une pression sur les territoires. Pour perdurer dans le système, les villes doivent perpétuellement investir pour se maintenir au niveau de leurs concurrentes, ce qui sous-tend des « gagnants » et des « perdants ».

Toutes les grandes villes recherchent des produits d'appel susceptibles de les distinguer de la concurrence. La diversité de l'offre peut être un argument pour attirer des visiteurs. Au sein des villes, des espaces sont identifiés comme attractifs et d'autres, répulsifs (banlieues, zones et friches industrielles). Toutefois, il existe des zones qui pourraient être désignées comme *neutres*, c'est-à-dire des espaces qui ne sont pas répulsifs, mais qui n'attirent pas pour autant. Parmi ces espaces les anciennes friches industrielles en reconversion ne bénéficient que rarement de l'intérêt des organismes de promotion touristique des grandes villes. Pourtant, « les sociétés occidentales s'intéressent (...) de plus en plus aux vestiges, aux savoir-faire et aux objets de la civilisation industrielle » (Cuvelier, 2001, p. 15). En 2001, Sobry et Damien coordonnent la rédaction d'un ouvrage « Le tourisme industriel : le tourisme du savoir-faire ? ». Ce faisant, ils invitent différents auteurs à définir, mesurer et étudier des cas de tourisme industriel. Il se trouve rarement placé au centre des politiques touristiques ou des travaux académiques, mais certaines régions, notamment dans le Nord de la France et en Angleterre, en font une de leur principale richesse. Au sein de cet ouvrage, Cuvelier (2001) propose une définition du tourisme industriel:

l'ensemble des pratiques touristiques dont les motifs de déplacement sont la découverte des Mondes du travail passés, présents ou futurs, c'est-à-dire de l'ensemble des lieux, des techniques, des organisations et des cultures liées au travail.(Cuvelier, 2001, p. 25-26)

Il complète cette définition générale par la mise en place d'une typologie qui sera utilisée dans ce mémoire comme l'un des cadres d'analyse des cas de Griffintown et des Shops Angus.

Tableau 1.1 : tiré de Sobry et Cuvelier, 2001, La pluralité des visites d'entreprises in Le tourisme industriel : le tourisme du savoir-faire ?

	Activités touristiques organisées		Activités touristiques non organisées
« Patrimoine industriel vivant »	Entreprises ouvertes à la visite		Entreprises occasionnellement ouvertes à la visite
« Patrimoine industriel mort »	Écomusées, site minier animé, musées techniques		Promenade autour d'une friche, d'un canal abandonné, éléments du paysage...

Quatre déclinaisons du tourisme industriel sont donc dévoilées. Elles permettent d'affiner ce concept en donnant au chercheur des clés d'interprétation et des éléments concrets qui le symbolisent. Le tourisme de découverte économique et technique constitue également une source potentielle de nouveaux revenus et de développement local (Damien, 2001). Quand le tourisme prend cette forme, il serait particulièrement adapté aux espaces en mutation, dont les anciennes friches industrielles en reconversion. Il permet aux entreprises qui intègrent des visites au public de conforter leur image (Damien, 2001). Ainsi, la visite d'entreprise est une pratique qui constitue

une composante incontournable du tourisme industriel. Sobry et Cuvelier construisent une typologie qui met en évidence quatre catégories de visites d'entreprises (Sobry et Cuvelier, 2001).

Tableau 1.2 : tiré Sobry et Cuvelier, 2001, La pluralité des visites d'entreprises in Le tourisme industriel : le tourisme du savoir-faire ?

	Activité prioritaire	Activité annexe
Produit organisé	Le monde de la visite de l'entreprise touristique.  Ex : petite brasserie	Le monde industriel de la visite d'entreprise.  Ex : Perrier
Produit non-organisé	Le monde artisanal de la visite d'entreprise.  Ex : viticulteurs	Le monde de la visite occasionnelle.  Ex : opérations « Portes ouvertes »

Ce tableau sera utilisé dans ce mémoire pour évaluer si les territoires à l'étude proposent – ou non – du tourisme industriel. Du point de vue d'un urbaniste, la visite d'entreprise, dans sa pluralité d'application, donne une valeur touristique à des espaces qui peuvent être jugés comme peu attractifs. Du point de vue de l'entreprise, l'apport de visiteurs permet une diversification intéressante à plusieurs niveaux (source de revenus supplémentaires, fidélisation, intérêt culturel de partager le processus de production...). En revanche, certains désavantages peuvent faire hésiter les entreprises à ouvrir leurs portes aux visiteurs (Sobrier et Cuvelier, 2001). En effet, pour assurer un accueil touristique, l'entreprise doit adapter un parcours au sein d'une structure dont le rôle premier est la production de biens ou de services, mais aussi y consacrer des ressources humaines (guide, service d'accueil et d'entretien etc...). Il

s'agit d'un défi qui nécessite un investissement financier, mais aussi une adhésion des employés au projet et une réflexion sur les manières de montrer les processus de productions sous un aspect ludique et accessible.

À Montréal, un seul exemple de construction d'un attrait touristique industriel semble vraiment se détacher. Pour les besoins de l'industrie, le transport des marchandises fut amélioré par le creusement du canal de Lachine au début du XIX<sup>ème</sup> siècle. Cet ancien axe de transport est aujourd'hui un lieu de passage intéressant pour découvrir le patrimoine industriel montréalais. En embarcation légères (canot-kayaks, Stand Up Paddle) ou à vélo sur la piste cyclable qui le longe, visiteurs et montréalais peuvent se promener tout en appréciant le riche passé industriel de la ville. En France, dans la région du Nord-Pas-de-Calais, les nombreux canaux héritiers de l'exploitation du charbon sont de plus en plus aménagés par les acteurs territoriaux à des fins touristiques et récréatives (Scol, Hendoux, 2001, p.205).

Pour élargir son offre, il existe donc au sein de Montréal des espaces encore sous exploités touristiquement et qui pourraient enrichir les expériences de la ville vécues par ses visiteurs. Parmi ces espaces se trouvent les friches industrielles et les territoires en reconversion.

1.2. Problématique : de la friche à sa reconversion, comment le tourisme est-il intégré dans ces processus ?

Nous avons fait le cheminement de définir ce qu'est le tourisme urbain, pour comprendre qu'un contexte général de compétition entre les villes les pousse à se trouver de nouveaux espaces pour le développement touristique. Parmi ces espaces, les friches industrielles en reconversion peuvent représenter des opportunités à saisir. Cette partie vise à mettre en lumière les éléments de notre problématique.

Dans la première sous-partie, nous allons nous attarder sur le cheminement de la création d'une friche industrielle jusqu'à sa reconversion. Raffestin (2012, p.171) propose d'aborder la question de la friche sous trois angles : spatial, social et temporel. Pour l'analyse de ces espaces, il faudrait donc se référer à trois mécanismes : « Le mécanisme de territorialisation – déterritorialisation – reterritorialisation, le mécanisme de temporalisation - détemporalisation-retemporalisation et enfin le mécanisme de socialisation - désocialisation - resocialisation » (Raffestin, 2012, p. 171). Le premier point (1.2.1) va s'intéresser aux deux premières phases de ces mécanismes (par conséquent, le passé et le présent de la friche). Puis, nous aborderons la phase de la reconversion (1.2.2) (« reterritorialisation », « retemporalisation », « resocialisation »). Enfin, nous poserons la question des liens entre tourisme et reconversions (1.2.3).

### 1.2.1 Les friches industrielles : espaces marginalisés, réserves d'espace

Le tourisme urbain doit s'intéresser à de nouveaux espaces pour soutenir le rythme d'une concurrence féroce. Parmi ces espaces se trouvent les friches industrielles. Tout d'abord, nous définirons la friche industrielle. Par la suite, nous recenserons les caractéristiques de ces espaces potentiellement mobilisables pour un redéveloppement.

Law (2002) met en lumière l'émergence d'une ville industrielle à partir du 19<sup>e</sup> siècle :

It was the growth of manufacturing and associated activities in the nineteenth century and the first half of twentieth century that caused most cities to expand, and the terms industrial city and industrial age were used (Law, 2002, p. 27)

Jusqu'au milieu du 20<sup>e</sup> siècle, l'industrie évolue et grandit dans les pays occidentaux. Depuis les années 1970, la désindustrialisation des villes occidentales est une constante (Askenazy, 2012, p. 86). Par exemple, chaque année entre 1980 et 2012, la



France perd en moyenne 70 000 à 80 000 emplois dans le secteur industriel (Askenazy, 2012, p. 87). Il s'agit d'une évolution du capitalisme, le fordisme-keynésianisme laisse place au mode de production d'accumulation flexible du capital (Harvey, 1989), dans un grand mouvement de destruction créatrice (Brenner et Theodore, 2002).

Plusieurs facteurs expliquent la chute de l'industrie dans les sociétés occidentales. Les avancées technologiques qui remplacent le travail humain par des robots, les délocalisations des entreprises manufacturières vers *les Suds*, la production en flux tendus et la tertiarisation du travail provoquent la fermeture de nombreuses usines. Les cols bleus sont progressivement remplacés par les cols blancs. Au-delà du secteur manufacturier, certaines entreprises logistiques ont aussi périclité. En effet, le secteur ferroviaire décline au profit du transport routier, moins coûteux, plus flexible et plus adapté à la conteneurisation. Ce dernier phénomène touche aussi le commerce par voie maritime, où les ports doivent être désormais en mesure d'accueillir les immenses porte-conteneurs. Cette transformation logistique des échanges commerciaux provoque la crise du secteur ferroviaire. Cette crise se matérialise par l'abandon de beaucoup d'ateliers destinés à l'entretien et la construction des trains. C'est notamment le cas à Montréal, avec la fermeture progressive, dans la deuxième moitié du XXème siècle, des ateliers Angus du Canadien Pacifique.

Certaines villes subissent de plein fouet la crise du fordisme, un modèle d'entreprise pensé par Ford au début du XXe siècle, qui se répand dans beaucoup de sphères de la société et qui s'applique à la production de l'espace.

What was special about Ford (...) was his vision, his explicit recognition that mass production means mass consumption, a new system of labour control and management, a new aesthetics and psychology, in short, a new kind of rationalized, modernist, and populist democratic society (Harvey, 1988, p. 125-126)

Ce système, basé sur la consommation de masse, le travail à la chaîne et la standardisation des produits, s'est écroulé dans les années 1970 à cause de sa rigidité :

these difficulties could best be captured on one word : rigidity. There were problems with the rigidity of long-term and large-scale fixed capital investments in mass-production systems that precluded much flexibility of design and presumed stable growth in invariant markets (Harvey, 1988, p. 142)

Harvey associe ici la crise du Fordisme à un système statique inadapté à l'émergence du système d' « accumulation flexible » dans un contexte de mondialisation (Harvey, 1988, p. 147). Cette crise a provoqué la fermeture des espaces voués à la production et au transport de biens. Ces immenses territoires industriels marquent spatialement la rigidité du Fordisme et les réhabiliter à d'autres fins coûte cher. Les emplois perdus ne sont pas compensés immédiatement par les emplois de services. Les villes doivent donc réinventer ces espaces abandonnés, « la friche marque la fin d'une territorialité spécifique, la disparition de relations et d'interrelations » (Raffestin, 2012, p. 171). En effet, cette métamorphose économique, observable à l'échelle internationale, mène au progressif abandon de grands espaces auparavant consacrés à l'industrie. Des friches industrielles apparaissent. Plusieurs géographes, aménageurs, urbanistes s'intéressent à ces espaces :

De manière générale, une friche industrielle est un espace historiquement utilisé à des fins industrielles, mais qui est aujourd'hui abandonné et inutilisé. Le terrain peut être contaminé ou non, mais dans les faits, il l'est souvent. Il peut être de superficies très variables, être localisé n'importe où dans la ville ou à sa périphérie, comporter ou non des bâtiments inutilisés. (Dumesnil et Ouellet, 2002)

Cette définition peut néanmoins être complétée. En effet, Real (2015) explique la friche avec des précisions intéressantes. L'auteur ajoute une notion de temps d'abandon et décrit brièvement les représentations associées à la friche.

Le terme de friche industrielle définit des espaces, bâtis ou non, désertés par l'industrie depuis plus d'un an, et souvent dégradés par leur usage antérieur ou par leur abandon prolongé. À l'origine, loin d'être perçus comme les précieux témoins d'une culture industrielle, ces lieux sont le révélateur d'une rupture économique, voire d'un traumatisme social et véhiculent une image négative. (Real, 2015, p. 2)

Nous sommes confrontés à un basculement des représentations et des sens de la friche (Raffestin, 2012, p. 166). Il s'agit d'un terme dont le sens premier l'attache surtout à un contexte rural (la terre que l'on laisse au repos), et qui ne s'associe pas à une situation de crise, mais à un procédé normal de jachère. Toutefois, les mutations

économiques et sociales de la deuxième moitié du XXe siècle font de la friche un mot et un concept associé de plus en plus à l'urbain. Dans ce cadre urbain, les friches peuvent aussi concerner d'anciens terrains liés aux transports (ferroviaire, maritime...) ou au secteur militaire (Benali et Mercier, 2012, p.299).

Les compagnies immobilières, les municipalités ou les entreprises privées mettent parfois plusieurs années à réinvestir des bâtiments pensés et construits à des fins industrielles très précises. Cette période d'abandon s'explique en partie par la suburbanisation (Benali et Mercier, 2012, p. 299). Depuis les années 1970 et le début de la désindustrialisation, un nouveau « mode de développement urbain » repose « sur l'extension, en même temps que la dilution, des limites de la ville : la suburbanisation. » (Benali et Mercier, 2012, p. 299). Ce phénomène pousse les investisseurs privés et les pouvoirs publics à se désintéresser, entre 1970 et le milieu des années 1990, des friches industrielles aux positions souvent très centrales.

Par ailleurs, certaines de ces friches sont rapidement associées à des représentations négatives. En effet, les voisinages, propriétaires ou municipalités peuvent craindre plusieurs risques sur ces espaces. En effet, les parcelles enfrichées, peu surveillées, sont propices au déclenchement d'incendies, aux dégradations, aux squats et aux activités illicites qui peuvent s'y dérouler (Janin et Andres, 2008). De plus, les arts, notamment le cinéma, contribuent à la construction d'une image des friches industrielles comme territoires des trafics, de la déviance, ou de la misère sociale. Des problèmes environnementaux et écologiques s'ajoutent aux problèmes socio-économiques (ibid.). Toutefois, le principal problème réside dans la contamination d'origine diverse de plusieurs de ces sites : « on répertorie des goudrons, des hydrocarbures, des déchets industriels ou militaires, des métaux, de l'arsenic, des fibres d'amiantes... » (Guelton, 1999, p. 233). Cette pollution peut perpétuer la marginalisation de la friche parce que les coûts de dépollution sont souvent très élevés. Certaines mesures législatives obligent l'entreprise contaminatrice à payer les frais d'assainissement. Ce principe du pollueur-payeur permet de remettre aux

normes des terrains, et ainsi de lancer les bases d'une reconversion. Il est appliqué dans certains pays occidentaux, en France notamment.

Malgré la pollution et les représentations négatives qui entourent les friches industrielles, une forme de tourisme s'empare de ces lieux abandonnés. Chasseurs d'images, des visiteurs sont attirés par des paysages urbains apocalyptiques, notamment associés à certains films populaires (série de films Mad Max, films de zombies, de mafias, etc...).

Une fois le terrain décontaminé et le territoire de nouveau sécuritaire et contrôlé, les friches s'avèrent des territoires pleins de potentiels. Après l'intensification de la périurbanisation qui a eu lieu lors de la deuxième moitié du XXe siècle, les promoteurs se rendent compte du potentiel que représentent ces réserves d'espace, à proximité des centres. Dans les politiques urbaines, notamment en Angleterre, une logique de compacité – la densification du bâti, des activités et des populations et la rationalisation de l'espace en ville – domine de plus en plus (Guilliams et Halleux, 2009). Cette logique va pousser les acteurs du développement des villes à s'intéresser à la reconversion de ces lieux.

### 1.2.2 Les reconversions d'anciennes friches industrielles : vers des reterritorialisations urbaines durables ?

Nous l'avons vu précédemment, Raffestin (1997) parle de la friche comme un processus où se mettent en œuvre trois mécanismes divisés en trois temps. Nous allons à présent nous focaliser sur les territoires en reconversion, qui correspondent à ce que Raffestin désigne comme le temps de la reterritorialisation, de la retemporalisation et de la resocialisation. Précédemment, nous avons planté le décor en rappelant ce qu'est une friche, s'intéresser au passé industriel et à la crise qui a frappé les anciens sites industriels nourrit la réflexion qui entoure les reconversions.

À présent, et pour le reste de ce mémoire, nous allons nous concentrer sur les anciens territoires à vocation industrielle, en cours de réhabilitation ou déjà réhabilités.

Tout d'abord, il est important de cerner le processus de la reconversion. Cette étape constitue un pas de plus vers la problématisation de notre sujet (2.3). Nous finaliserons ce chapitre introductif en ancrant notre problématique à Montréal. Nous étudierons en premier lieu le passé industriel de Montréal (1.3.1), pour recenser les friches qu'il a laissées (1.3.2) et les reconversions en cours (1.3.3), tout en situant la place du tourisme dans ces espaces.

Sous des noms variés – conversion, reconversion, réhabilitation, réutilisation, recyclage, transformation, mutation, transcription... –, l'adaptation de sites et de bâtiments délaissés par leurs fonctions premières de production industrielle est aujourd'hui monnaie courante dans tous les pays d'ancienne industrialisation. (Smith, 2015, p. 2)

Les premiers éléments définitionnels de la reconversion apparaissent dans cette citation. Reconvertir revient à adapter un territoire vidé de sa fonction industrielle à l'économie et à la société d'aujourd'hui. La liste de synonymes que Smith (2015) accole à « reconversion » permet néanmoins d'apporter des nuances dans sa compréhension. En effet, la reconversion sous-tend divers sens dans son processus, qui l'associent aux notions du développement durable et de requalification urbaine (Smith, 2015).

La réhabilitation comprend donc une idée de rupture avec les fonctions mono-industrielles du passé, tout en conservant les marqueurs d'une époque qui inspire souvent de la nostalgie. La rupture naît de l'envie de ne pas reproduire les mêmes erreurs. La mono-industrie, l'obsolescence des produits ou des moyens de production notamment, précipitent la chute de territoires industriels. Souvent, la reconversion se mène de sorte à éviter ces écueils (Klein et Fontan, 2003).

Les crises industrielles qui touchent les sites industriels occidentaux à partir des années 1970 entraînent une « dévitalisation socioéconomique des communautés qui habitent ces zones » (Klein et Fontan, 2015, p. 15). En effet, la chute du modèle

fordiste ne se limite pas à des impacts d'ordre économique. Les conséquences sociales s'avèrent désastreuses, car le fordisme se base notamment sur la constitution de quartiers ouvriers proches des lieux de production. C'est donc tout un modèle de société et d'organisation spatiale qui s'effondre (Harvey, 1988). Toutefois, cette crise est le terreau d'un renouveau. La destruction créatrice dont Schumpeter parle en 1943 se met en œuvre. Mais, alors que l'économiste misait sur une innovation essentiellement portée par des entrepreneurs de l'économie de marché, les populations locales et les acteurs publics participent aussi à la recréation des friches (Klein et Fontan, 2003). Dans certains cas, par des mobilisations sociales revendicatrices, des organisations issues de la société civile peuvent proposer un modèle de reconversion inclusif et ancré dans le territoire (ibid.).

Les friches industrielles représentent « un énorme réservoir de nouvelles urbanités » (Froidevaux et Rey, 2009, p. 26). Parmi ces modèles, nous relevons que la transformation de ces zones abandonnées en « friches culturelles et artistiques », en quartiers résidentiels, en écoquartiers ou encore en technopole s'observe fréquemment. Nous comprenons ici la pluralité des requalifications qui peuvent toucher ces espaces. Il semble compliqué de généraliser, chaque cas semble spécifique (Merenne - Schoumaker, 1982). En effet, il existe autant d'options de reconversions que d'acteurs économiques, culturels, publics, ou sociaux. Toutefois, les anciennes zones industrielles tendent à se transformer en territoires aux normes architecturales, économiques, patrimoniales ou encore sociales qui les différencient des territoires qui n'avaient pas de fonctions industrielles. Ces tendances nous intéressent par rapport à leur fréquence d'observation, mais aussi, pour certaines, au potentiel touristique qu'elles offrent. Quelle que soit la finalité de la réhabilitation, il y a une constante : les acteurs de la reconversion d'un ancien site industriel cherchent à intégrer le patrimoine industriel dans le renouveau. Le recyclage d'une architecture et le partage d'un passé industriel sont des objectifs complexes. Ainsi, Smith révèle

plusieurs enjeux pour la conservation du patrimoine industriel dans un contexte de revitalisation d'anciennes zones industrielles :

- « l'étude plus particulière et la sauvegarde raisonnée du patrimoine des industries du XXe siècle » (Smith, 2015, p.3). Ici, Smith met en évidence le patrimoine du XXe siècle, souvent dévalorisé par rapport à celui des siècles précédents. Les acteurs d'une reconversion doivent réfléchir à son intégration dans le processus ;

- « la sauvegarde des machines de production industrielle, bien plus difficile que celle des bâtiments qui les abritaient » (ibid.). Cet enjeu s'applique difficilement sur le terrain en raison du caractère mobile des machines, souvent détruites, volées ou envoyées en déchetterie à la fermeture des usines ;

- « la reconversion du patrimoine industriel, l'invention pour les anciens sites et bâtiments de production de nouveaux usages qui ne gommeraient pas leur histoire, n'occulteraient pas leurs valeurs de témoignage. » (ibid.,p.4). Il s'agit d'un facteur qui peut être utilisé pour interroger la réussite d'une reconversion et son degré d'attractivité pour des visiteurs.

Lors d'une réhabilitation, conserver et adapter le patrimoine architectural semble être une préoccupation fréquente. Cela peut s'expliquer par des reconversions qui se font régulièrement dans une optique culturelle. Outre les classiques musées de l'Industrie (ibid., p. 2), les anciennes zones industrielles présentent un intérêt particulier pour accueillir des structures d'artistes. Ainsi, si l'espace disponible attire les artistes, c'est parce qu'ils trouvent dans ces endroits un caractère inspirant. En effet : « Les friches dans ce qu'elles supposent d'abandon et de reconquête, constitueraient un terrain privilégié de la création artistique. » (De la Broise et Gellereau, 2004, p. 22).

Réhabiliter une friche industrielle présenterait des intérêts économiques, sociaux et environnementaux. Suite à une décontamination du site, des investissements peuvent entraîner une relance économique susceptible d'avoir des impacts sociaux, ou

inversement, un redéveloppement social aux impacts économiques. Le processus de reconversion semble donc rarement dissociable du développement durable. Certains anciens sites de production industrielle sont parfois réhabilités en écoquartiers, qui deviennent alors « vitrines du développement durable appliqué à l'aménagement des villes » (Benali et Mercier, 2012, p. 301). Les écoquartiers bâtis sur des friches industrielles naîtraient d'une logique marketing, qui s'inscrirait dans les trois piliers du développement durable. Toutefois, certains auteurs dénoncent des quartiers qui ne répondraient à tous les critères de la durabilité. Habité par des populations aisées, cet « entre-soi » mène à une mise en insularité de ces territoires, « îlots de durabilité dans une mer de pollution urbaine » (Bonnard et Matthey, 2010, p. 2 et 3). L'absence de mixité sociale due aux prix de l'immobilier trop élevés met à mal la perspective sociale du développement durable. Ainsi, la réhabilitation en écoquartier constitue « un projet séduisant à une échelle micrologique (le quartier) », mais qui « peut s'avérer problématique à l'échelle macrologique (l'agglomération) » (Bonnard et Matthey, 2010, p.5).

Certaines reterritorialisations, menées par des acteurs qui intègrent les habitants des territoires reconvertis ou par des acteurs directement issus de la société civile, permettent d'éviter l'accélération du phénomène de la gentrification, mais aussi de « réagir à la mobilité croissante du capital et à ses effets sur les territoires locaux, à savoir des délocalisations industrielles importantes et une réorientation spatiale des investissements » (Fontan et Klein, 2003, p. 12). Face aux échecs répétés de reconversions qui n'ont pas bénéficié aux populations locales, il existe des alternatives :

la structuration d'une voie alternative de reconversion est le résultat de processus où des initiatives locales contribuent à la configuration d'arrangements sociaux qui rendent possible l'entrepreneuriat collectif, construisant une identité emblématique et définissant un « agenda » qui tient compte des intérêts collectifs. (Fontan et Klein, 2003, p. 12).

Le mode de reconversion par le développement territorial que présentent Fontan et Klein (2003) se montre plus adapté à la résolution des problèmes locaux, puisque



porté par des acteurs locaux. Les promoteurs « classiques » issus de l'économie de marché viennent investir dans un territoire où ils ne sont pas nécessairement ancrés. Ils voient la friche comme une réserve foncière et mobilisent essentiellement des ressources exogènes au territoire pour la refaçonner. La reconversion par la « nouvelle économie » est menée par des acteurs locaux issus de la société civile et laisse une place très importante à la concertation dans la prise de décisions. Ces acteurs sont capables de mener des projets en mobilisant davantage les ressources endogènes du territoire, mais aussi en allant chercher les ressources extérieures (Klein et Fontan, 2003). En fait, il ne s'agit pas de concevoir la reconversion comme un projet local ou comme un projet extérieur, mais comme un projet territorial : « aujourd'hui, on peut dire que le local renvoie à l'échelle tandis que le territorial renvoie au mode de construction par les acteurs, quelle que soit l'échelle. » (Pecqueur, 2009). Ainsi, une réhabilitation territorialisée réunit des facteurs sociaux et environnementaux en mesure de répondre à certains objectifs de la durabilité. Par exemple, la lutte contre le chômage et la pauvreté, qu'on retrouve dans les objectifs principaux de certaines reconversions (Fontan et Klein, 2003) permet de donner une éthique et une équité au développement. De plus, la concertation entre acteurs de multiples origines et à différentes échelles, menée par des organisations locales issues de la société civile, peut engendrer une reterritorialisation (ibid.). En ciblant des secteurs jugés compétitifs par rapport aux aménités d'un territoire qu'ils connaissent (entreprises culturelles ou de haute technologie dans des cas récurrents), les OBNL peuvent espérer attirer des entreprises qui vont revitaliser le quartier et adaptées aux spécificités et besoins territoriaux. Pour que cela se fasse, les pouvoirs publics doivent donner les moyens à des associations d'être propriétaires de friches. Sans cette maîtrise du foncier, qui confère des moyens financiers conséquents au propriétaire, et donc du pouvoir, il est compliqué d'envisager des actions de grandes ampleurs. Un des cas de ce mémoire, les Shops Angus, symbolise la réussite d'une reconversion « par le bas », au Québec et dans le monde.

On a vu que les friches industrielles peuvent être reconverties dans une grande diversité de buts. Nous nous sommes attardés sur un patrimoine à préserver, qui attire des artistes. Dans la volonté de rompre avec une période associée à la pollution, des écoquartiers émergent également. Ces écoquartiers interrogent cependant sur leur réelle durabilité, tant ils ont tendance à exclure du processus de réhabilitations les populations locales et environnantes. Ces « ghettos verts » créent une nouvelle territorialité, mais à part de la ville. Pour des reconversions plus inclusives, le modèle de reconversion territoriale semble intéressant. Toutefois, on peut s'interroger sur les perspectives touristiques des espaces reconvertis.

### 1.2.3. La réhabilitation d'anciens quartiers industriels et le tourisme : des opportunités ?

Dans la première partie, nous avons fait un état des lieux du tourisme urbain. Nous avons constaté qu'une concurrence accrue entre les grandes villes incite les acteurs touristiques à développer touristiquement de nouveaux territoires urbains. Il s'avère que « les sociétés occidentales s'intéressent de plus en plus aux vestiges, aux savoir-faire et aux objets de la civilisation industrielle » (Cuvelier, 2001, p.15). Cette partie vise donc à poser notre problématique, à interroger le lien entre tourisme et reconversions d'anciennes zones industrielles à Montréal. Dans un premier temps, nous allons relever certains types de reconversions orientées vers le récréatif, ou qui ont intrinsèquement une valeur touristique. Cependant, certaines pratiques touristiques se développent également dans les réhabilitations où la question du tourisme a été éludée au départ.

- Une relation tourisme-reconversion qui peut être vertueuse

Le type de friche industrielle, sa situation dans la ville, l'orientation de sa reconversion ou encore sa richesse patrimoniale sont autant de facteurs qui conditionnent un territoire réhabilité à la réception – ou non – du tourisme. Certains

territoires reconvertis ont donc plus de potentiel récréotouristique que d'autres. De plus, certaines formes de tourisme permettent de rendre touristiques des reconversions qui, au départ, n'incluent pas ce secteur dans leur plan de développement territorial.

C'est notamment le cas pour les anciens ports industriels, en façade fluviale ou océanique, « il est hors de doute que désormais trois types d'affectation dominant : le tertiaire, le résidentiel et le récréatif » (Chaline, 1988, p.712). Ainsi, les acteurs publics, en partenariat avec des investisseurs privés, enclenchent rapidement, dès les années 1960, la réhabilitation des anciennes zones portuaires. Ces reconversions précoces ont lieu, car les ports en milieu urbain traditionnels du 19<sup>e</sup> siècle, voués au transport de personnes et de marchandises hors conteneur, rentrent rapidement en crise. Il s'avère que ces territoires s'adaptent bien à des aménagements récréatifs (promenades, aquariums (Boston, Sydney...), pistes cyclables, restauration...). Les acteurs de ces reconversions prennent la voie du tourisme et du loisir, car la mer ou le fleuve constituent des facteurs attractifs pour le visiteur. La relation entre le bord de l'eau et le développement touristique est ancienne et a perduré au fil des siècles (Duhamel et Knafou, 2003). Dans l'optique d'une valorisation de l'image d'une ville, « ces réutilisations des berges à des fins récréatives ont, depuis, été confortées par la revalorisation de l'élément aquatique dans l'imaginaire collectif, puis dans nombre de projets d'urbanisme » (Chaline, 1988, p.700).

Les reconversions en écoquartiers, par leur caractère de laboratoire, peuvent également attirer des visiteurs. Les visiteurs découvrent de nouvelles techniques de construction, des avancées technologiques en matière de limitation des impacts de l'humain sur son milieu ou encore un nouveau vivre-ensemble. Il s'agit de territoires qui bénéficient de forte médiatisation, par des documentaires, des émissions de télévision, des blogues, ou encore des dossiers dans des revues à large diffusion, « du fait de leur caractère précurseur – tels que le quartier Vauban en Allemagne (...), le quartier Bedzed à Londres (...) ou encore les quartiers suédois Hammarby Sjöstad à

Stockholm et B001 à Malmö » (Benali, 2012, p. 301). Ces quartiers offrent une expérience qui se répertorie dans le tourisme culturel à contenu scientifique : « En Europe et plus particulièrement en France, la science est fréquemment mobilisée pour valoriser d'un point de vue touristique des espaces du patrimoine industriel » (Mao et Bourlon, 2011, p.96).

Dans la lignée du tourisme scientifique, on peut aussi recenser le développement du tourisme industriel ou du savoir-faire dans les anciennes friches industrielles. Cette forme de tourisme rassemble :

l'ensemble des pratiques touristiques dont les motifs de déplacement sont la découverte des « Mondes du travail » passés, présents ou futurs, c'est-à-dire de l'ensemble des lieux, des techniques, des organisations et des cultures liées au travail. (Cuvelier, 2001, p. 25)

D'un certain côté, il s'agit d'un retour vers les motivations du tourisme du XIXe, où les jeunes aristocrates anglais entreprenaient le « Tour » dans le but de parfaire leur éducation, « par la confrontation à autrui, ainsi que par la jouissance d'une liberté » (Wagnon, 2001, p.35). Toutefois, ce tourisme inaugural ne s'intéressait pas du tout aux pratiques industrielles. En effet, ce n'est que beaucoup plus tard que la culture technique devient une culture qui permet de « définir l'honnête homme » et « source de plaisir esthétique » (Wagnon, 2001, p. 39). Les expositions universelles servent longtemps de vitrine aux progrès techniques et industriels mondiaux. Le tournant pour le tourisme industriel a lieu à partir des années 1950, avec l'accès et la visibilité du monde de travail facilité par l'invention des écomusées et l'ouverture au public des entreprises, notamment en Allemagne (Wagnon, 2001, p. 48). Ce mouvement se poursuit jusqu'à aujourd'hui, où de plus en plus d'entreprises mettent en place des moyens de recevoir des visiteurs. L'enjeu est de taille, puisque ces activités créent des emplois et du développement local dans des « vieilles régions industrielles en mutation comme pour les régions rurales à industrie diffuse » (Damien, 2001, p. 53 et 54). Le tourisme industriel semble propice au développement de fortes relations avec le territoire où il est mis en œuvre. Effectivement,

cette forme de tourisme doit d'une part se fondre avec l'identité et l'environnement local puisqu'il appartient au patrimoine du passé, du présent ou du futur, et d'autre part s'accompagner d'une mise en synergie des acteurs locaux. (Damien, 2001, p. 61)

Les Anglo-saxons le désignent comme l'« Industrial Heritage Tourism », et le définissent ainsi : « the development of touristic activities and industries on man-made sites, buildings and landscapes that originated with industrial processes of earlier periods » (Eward et Lurdès i Coit, 1996, p. 342). Par rapport à la définition de Cuvelier, elle s'ancre beaucoup plus dans le passé.

D'après la typologie de Cuvelier présentée plus tôt (Tableau 1, 1.1.3 ; Cuvelier, 2001, p. 27), les friches en reconversion sont à mi-chemin entre le patrimoine industriel vivant et le patrimoine industriel mort. C'est-à-dire qu'elles portent les signes d'activités qui ont décliné, mais sont finalement réinvesties. Terreau d'innovations technologiques, environnementales, sociales ou artistiques, la visite de zones en réhabilitation s'inscrit donc dans l'exploration d'un patrimoine industriel passé, ancré dans le présent et vitrine d'un potentiel futur, comme c'est le cas des écoquartiers. Pour cela, nous ajoutons une ligne afin d'enrichir la typologie révélée par Cuvelier :

Tableau 1.3 : inspiré de Sobry et, Cuvelier, 2001, La pluralité des visites d'entreprises in Le tourisme industriel : le tourisme du savoir-faire ?

	Activités touristiques organisées	Activités touristiques non organisées
« Patrimoine industriel vivant »	<i>Entreprises ouvertes à la visite</i>	<i>Entreprises occasionnellement ouvertes à la visite</i>
« Patrimoine industriel mort »	<i>Écomusées, site minier animé, musées techniques</i>	<i>Promenade autour d'une friche, d'un canal abandonné, éléments du paysage...</i>
Patrimoine	Entreprises ouvertes à la visite,	Promenade dans l'espace public

industriel en reconversion	visite de bâtiments reconvertis ou en reconversion, visite dans des organismes responsables de la reconversion...	réaménagé, patrimoine industriel remis en valeur, visite d'écoquartiers et d'anciens quartiers industriels
----------------------------	---	--

Outre les reconversions en écoquartiers, les friches réhabilitées pour la culture constituent de nouveaux attraits. La présence d'artistes se matérialise par des ateliers ou des galeries d'art. Ces structures peuvent attirer acheteurs comme curieux.

- L'espace public et le patrimoine pour attirer des touristes promeneurs dans les reconversions sans développement touristique.

Même si certaines réhabilitations intègrent davantage la question touristique que d'autres, des visiteurs peuvent profiter des externalités positives de nombreux types de réhabilitation. Ainsi, les remises à neuf de l'espace public et du patrimoine rendent accessibles et sécuritaires des territoires autrefois évités.

Réhabiliter les espaces publics d'une ancienne zone industrielle permet de redonner à ces territoires une vie de quartier. En effet, « l'espace public est en principe un lieu de libre accès, de libre circulation et de libre expression » (Clarimont et Vlès, 2010, p. 15). De plus, « l'espace public est ouvert à l'altérité, à la rencontre, au débat; il permet l'observation des autres et la présentation de soi » (ibid.). Ces espaces lorsqu'ils sont remis en valeur permettent donc aux touristes d'échanger avec la ville qu'ils visitent, mais aussi de s'imprégner de la vie des quartiers qu'ils visitent. Il existe une « dimension « scénographique » des espaces urbains » (ibid.). Les administrations des villes ont donc tout intérêt à porter une attention particulière à la manière dont ils organisent et mettent en valeur l'espace public. Dans ce sens, l'urbaniste « produit une image que la ville souhaite donner d'elle-même au monde (...). Cette optique de marketing urbain transforme, par le truchement du voyageur,

l'espace public en carte de visite » (ibid., p. 17). Cette importance de l'espace public dans la perception d'une ville est également applicable à l'échelle d'anciens quartiers industriels en reconversion. La mise en place de trottoirs bien dessinés, de places publiques ou encore de parcs, l'installation d'œuvre d'art urbain, de bancs ou de signalisations claires constituent autant de solutions concrètes pour assurer que la promenade dans le quartier soit agréable. Toutefois, même avec des espaces publics bien aménagés, cela ne peut suffire à faire de la reconversion une « chose à voir ». L'enjeu de la préservation et de la mise en valeur du patrimoine industriel se place comme incontournable pour un développement touristique par effet de diffusion. Si le quartier est accessible, bien mis en valeur et qu'on y trouve des intérêts patrimoniaux, même si les bâtiments et les activités ne sont pas touristiques, les visiteurs viennent s'y promener et consommer. Il y a un regain d'intérêt pour le patrimoine industriel et les paysages urbains qui témoignent des activités industrielles. Effectivement, la construction de « landscapes of nostalgia », ou paysages de la nostalgie, protège et met en valeur les vestiges de l'époque industrielle (Halewood et Hanman, 2001, p. 566). De nombreux types de sites industriels présentent des intérêts patrimoniaux (Feifan Xie, 2015, p 45). Ils sont réunis dans ce tableau :

Tableau 1.4 : Type of industrial sites and examples, tiré de Feifan Xie (2015) Industrial Heritage tourism, p. 45

Type of industrial site	Examples
Manufacturing and processing	Factories, assembly plants, smelters, mills, glassblowing works, textiles plants, leatherworks, breweries, wineries, mints, printing presses, potteries and kilns, diamond work-shops, fish and animal processing plants
Resource extraction	Open-pit mines, underground mines, quarries, lumber yards and sawmills
Shipping and transport	Railroads, canals, aqueducts, bridges, shipyards, docks, warehouses, transportations museums
Engineering	Bridges, dams, aerospace facilities

Energy production	Hydroelectric plants, nuclear energy stations, dams, windmills
Disposal systems	Sewer systems, landfills, incinerators
Other related attractions	Waterfronts, brownfields, industrial museum

Le tourisme urbain pourrait se développer autour de l'un de ces éléments. Cependant, même s'ils ne sont pas ouverts au public, leur aspect extérieur et leur inscription dans le paysage peuvent suffire à faire d'eux des attractions, au nom de valeurs esthétiques et symboliques. Ainsi, on peut penser à l'usine Five Roses à Montréal, devenue l'un des symboles de la métropole québécoise. S'il y a intérêt patrimonial et espaces publics attractifs, deux conditions se réunissent pour susciter la visite du touriste.

En effet l'une des bases du tourisme se trouve dans le caractère explorateur et marcheur du touriste urbain. Si l'espace public est le cadre des flâneries touristiques, le patrimoine en est leur but. Cependant, dans nos sociétés, le fait d'occuper l'espace public à ne rien faire, de « zoner » ne bénéficie pas d'une bonne image (Hagelstein, 2009, p1). « Trainer » dans la rue revient à utiliser l'espace public pour un but nonproductif, donc nuisible pour le bon fonctionnement d'une société occidentale. Des municipalités interdisent même la flânerie dans certains lieux publics. Les individus et comportements associés à cette pratique de l'espace sont associés à un caractère nocif pour la société. Dans ce sens, les pancartes de la ville de Montréal qui interdisent la « flânerie » peuvent tout à fait symboliser cette aversion envers un acte considéré comme nonproductif et un comportement de déviants (itinérants, délinquants...).

Malgré cela, même si le touriste ne jouit pas toujours d'une bonne image auprès des sociétés qui l'accueillent (Burgelin, 1967), les flâneries de visiteurs se connotent moins négativement que celles de locaux. En effet, si le touriste se distingue des populations locales par son oisiveté, elle n'est que temporaire, et ce temps libre vient



récompenser un labeur. Il peut faire le choix d'occuper librement l'espace public à d'autres fins que le déplacement, sans que ses intentions soient mal interprétées. Dans les faits, cette forme d'appréciation de l'environnement urbain par la déambulation se pose comme l'une des bases du tourisme en ville. Le touriste s'imprègne d'un environnement, observe un patrimoine pour admirer ce qui fait le caractère du quartier qu'il visite (patrimoine, population, activités...). De fait, il agirait presque comme le flâneur baudelairien :

Pour le parfait flâneur, pour l'observateur passionné, c'est une immense jouissance que d'élire domicile dans le nombre, dans l'ondoyant, dans le mouvement, dans le fugitif et l'infini. Être hors de chez soi, et pourtant se sentir partout chez soi ; voir le monde, être au centre du monde et rester caché au monde. (Baudelaire, 1863)

Ces déambulations peuvent avoir pour cadre les anciennes friches industrielles, ancrées dans le présent par de nouveaux usages et aménagements, mais pourtant témoins d'une époque révolue. Ces promenades touristiques profitent aux commerces de proximité et aux restaurants qui ouvrent dans les anciennes friches industrielles.

- Énoncé de la problématique

Ainsi, dans un contexte où les acteurs du tourisme urbain cherchent de nouveaux espaces à investir pour se démarquer de la concurrence, les anciens espaces industriels en reconversion présentent parfois de vrais attraits touristiques (1.2.3.a) et les externalités positives (mise en valeur du patrimoine et des espaces publics) ouvrent ces territoires aux visiteurs-flâneurs (1.2.3.b).

Toutefois, quand on observe les éléments de l'urbanité mis en valeur dans l'offre touristique d'une ville, le passé industriel de la ville est tardivement mis en valeur, à part au Royaume-Uni (Edelblutte, 2008).

Ce rejet accompagne la volonté marquée des autorités locales de débarrasser le territoire d'une image grise et industrielle censée repousser les investisseurs extérieurs. La destruction de l'ancien tissu industriel, voire la négation de l'histoire industrielle, semble alors le passage obligé vers une renaissance du territoire. (Edelblutte, 2008, p. 3)

Cela laisse entrevoir des écarts entre le potentiel développement touristique des anciennes friches industrielles et les pratiques. Ainsi, dans des territoires en reconversion, le tourisme est-il perçu et utilisé comme un levier de développement ? Au niveau spatial, comment participe-t-il à la production de ces nouvelles territorialités ? Réciproquement, le système du tourisme urbain inclut-il les territoires en reconversion dans ses plans de développement ?

Nous nous posons ces questions, car, dans la ville de notre quotidien, quand un touriste visite Montréal, les zones en reconversion ne semblent pas faire partie de son parcours. Malgré la concurrence, malgré le manque d'espace en ville, malgré des exemples de réussites du tourisme industriel, les reconversions montréalaises paraissent délaissées par le tourisme. On peut aussi penser que les reconversions d'anciens territoires industriels seraient menées sans y intégrer le secteur touristique. Toutefois, en ayant connaissance de la complexité du tourisme urbain et de son caractère diffus, nous ne pouvons affirmer l'absence du tourisme dans les zones en reconversion de Montréal. Cela nous mène à nous poser la question, comment le tourisme se diffuse-t-il dans des territoires industriels en reconversion où ce secteur semble considéré comme secondaire ?

De ces questionnements découlent des objectifs de recherche plus spécifiques.

- Objectifs de recherche

Nous avons donc relevé l'importance du tourisme dans les grandes métropoles, et certains de ses nombreux impacts territoriaux. La ville postmoderne utilise ce secteur pour s'affirmer dans la compétition interurbaine globalisée. Pour continuer son expansion, elle a besoin d'espace. Les anciens territoires industriels, qu'ils soient d'anciens quartiers ou ateliers, représentent de formidables réserves d'espace à proximité des centres. Les reconversions de ces territoires redessinent leurs fonctions, leur patrimoine, et parfois les « touristifient ».

Considérant ces faits, une question se pose à Montréal, ces reconversions ont-elles des effets sur l'attrait touristique de la ville ? Réciproquement, ce secteur économique est-il intégré aux reconversions de certains territoires ? Pour y répondre, cette étude aborde deux cas emblématiques montréalais pour mettre en évidence les différentes externalités de ces anciennes friches industrielles dont peut profiter – ou non – le touriste.

Le principal but de cette étude de cas multiple est donc de comprendre la relation des territoires en reconversion avec le tourisme à Montréal, comment cette relation se spatialise et se territorialise, et pourquoi elle existe – ou non.

Ce travail est réalisé pour

- a) Identifier si le tourisme urbain intègre les nouvelles territorialités engendrées par les reconversions des friches industrielles.
- b) Comprendre si le tourisme contribue à recréer des territorialités dans des contextes de reconversion.
- c) Analyser et comparer les cas des shops Angus et de Griffintown.
- d) Présenter les implications sociales d'un développement touristique et des reconversions ; analyser comment ces phénomènes se concrétisent dans la construction de nouvelles territorialités.

Ce travail apportera un angle nouveau à l'analyse des friches industrielles et au développement des théories. L'objectif fondamental est de voir si l'intégration du fait touristique construit des territorialités spécifiques dans des contextes de reconversions.

Nous terminons ce chapitre premier par un recentrage sur Montréal, où se trouvent les deux territoires que nous comparerons. Cette partie permet de comprendre la relation qu'entretient la ville et son passé industriel.

Puis, nous précisons les approches théoriques (2.1) qui déterminent notre méthodologie (2.2). Par la suite, nous justifions le choix de nos deux cas (2.3). Nous pourrions alors présenter nos résultats (chapitre 3) et finalement les confronter à notre cadre théorique (chapitre 4).

### 1.3 Montréal, ancienne ville industrielle.

Montréal entretient un lien ancien avec l'industrie, qui demeure visible. L'essor de cette métropole est indissociable de son passé industriel, beaucoup de ses quartiers se sont structurés autour de leurs fonctions productives (1.3.1). La crise du fordisme a complètement remodelé ces organisations urbaines, ainsi que le paysage et les fonctions des territoires montréalais. Des espaces en friche matérialisent encore le déclin industriel de la métropole (1.3.2). Pourtant, ces manufactures, silos ou infrastructures de transports à l'abandon se raréfient et de nombreuses reconversions d'anciens territoires industriels sont en cours à Montréal (1.3.3).

#### 1.3.1 De la ville industrielle au déclin des manufactures à Montréal.

Il s'agit ici de brièvement rappeler l'Histoire industrielle de Montréal. La richesse de ce passé laisse de nombreux marqueurs visibles dans la ville, dont certains sont aujourd'hui supports de développement touristique. Ces rappels historiques proviennent en partie du livre de Paul-André Linteau, « Brève histoire de Montréal » (1992, 166 p.). De plus, le musée d'histoire de Mc Cord propose une série d'images commentées qui retracent l'évolution industrielle de Montréal. Réunis sur une page

internet et expliqués par Paul-André Linteau, ces documents constituent une source intéressante pour réaliser un portrait plus visuel de la ville à cette époque.

La transition de ville préindustrielle vers l'industrialisation commence dans la première moitié du XIXe siècle, même si le processus s'étale jusqu'à la fin du XIXe siècle. Ainsi, à partir des années 1810, la ville se prépare à entrer dans l'ère industrielle. La destruction des remparts, la révolution des transports ou encore la diversification des activités économiques sortent Montréal de son statut de comptoir colonial important (Massicotte, 1999). En effet, à cette époque, Montréal se distingue surtout par son statut de poste de ravitaillement pour les postes de l'Ouest et de plaque tournante incontournable dans le commerce des fourrures. Les transformations de l'économie et de l'urbanisme et la croissance démographique ne se mettent pas en œuvre rapidement, ces processus s'étalent sur tout le XIXe siècle, avec une accélération à partir de 1850 (Linteau, 1992, p. 75). Les mutations industrielles se font sous l'impulsion des immigrants, notamment d'ouvriers spécialisés en Angleterre qui ouvrent des ateliers au Québec (Massicotte, 1999). Le contexte général nord-américain se prête également au développement industriel. Les anciennes colonies anglaises et françaises se détournent de l'Europe pour se développer indépendamment des anciennes puissances. Ainsi, les marchés intérieurs deviennent importants et requièrent une industrie capable de répondre à la demande. Pour illustrer cette croissance démographique, entre 1852 et 1901, la population montréalaise passe de 58 000 habitants à 267 000 (Lindeau, 1992). Le commerce entre les grandes villes canadiennes et états-uniennes prend de l'ampleur.

Pendant la seconde partie du 19e siècle, l'implantation de l'industrie manufacturière supporte grandement la croissance de la ville, la promesse d'emplois attirant immigrants et ruraux (ibid.). Ainsi, Montréal devient une ville industrielle d'importance à la fin du XIXe siècle, quand le commerce de la fourrure devient une activité secondaire de la région. L'industrie légère se développe d'abord, avec la fabrication de chaussures comme premier secteur économique à la fin du XIXe siècle.

L'industrie textile pèse également lourd dans l'économie locale. Au niveau de l'industrie lourde, deux secteurs se démarquent : le secteur des produits de fer et d'acier (moteurs, tuyaux, rails, ustensiles...) et le secteur du matériel ferroviaire. Ce type d'industrie marque particulièrement les paysages urbains, car la taille des machines et la quantité de production nécessitent de grands aménagements (ateliers de grande taille et entrepôts). Les deux grands réseaux de chemin de fer, le Grand tronc et le Canadien Pacifique choisissent Montréal pour y établir leurs sièges sociaux et leurs principaux lieux de production.

Un facteur en particulier explique cette croissance et, on le verra plus tard, impacte encore grandement les paysages urbains et l'organisation de la métropole québécoise. Il s'agit du rôle de carrefour que joue Montréal dans la redistribution des marchandises au travers de l'Amérique du Nord et vers l'Europe. Le développement industriel de Montréal s'appuie en particulier sur la multiplication des voies de transport qui partent de la métropole ou la traversent, avec, notamment, l'importance des chemins de fer. (Klein et Waaub, 1996 ; Fontan et Klein, 2007). De très nombreux usines, ateliers ou entrepôts s'implantent le long des rails et à proximité des gares, et se diffusent largement sur Montréal :

(...) de véritables districts industriels ont vu jour, d'abord dans l'Ouest, le long du Canal de Lachine, et, ensuite, dans l'Est, où dès le début des années 1980 la voie du Canadien Pacifique a été l'élément structurant d'un important corridor industriel qui commence aux abords du port et qui pénètre dans l'île, poussant les marges de la ville en direction du Nord. (Klein et Waaub, 1996, p. 503)

Les usines Angus du Canadien Pacifique symbolisent l'industrialisation et la situation de hub ferroviaire de la métropole québécoise. À la fin du XIXe siècle et au début du XXe, des « ateliers de réparation, d'entretien et de production » sont érigés au Nord d'Hochelaga (Lachance, 2009, p. 29). La production démarre en 1904. Outre le transport ferroviaire, le développement industriel de la ville se base aussi sur le développement de son port et des voies maritimes. Dans cette logique, le canal de Lachine est creusé et des voies naturelles sont « canalisées » afin de faciliter la navigation et les échanges. Comme les chemins de fer, ces voies structurent

l'implantation de l'industrie à Montréal. Ainsi, on le voit sur la photo ci-dessous, Montréal confirme son rôle de carrefour commercial grâce à des infrastructures de transport efficaces.



Figure 1.2: Déchargement du vapeur « Durham City », Montréal, QC, 1896, Musée Mc Cord

Profitant donc de sa situation de pôle, l'industrie montréalaise se développe. Les corridors manufacturiers de Montréal s'intègrent à « une sorte de « Silicon Valley » de la fin du XIXe siècle » (Klein et Waaub, 1996, p. 503). L'âge d'or de l'industrie se matérialise par un type de matériaux, d'architecture et d'organisation urbaine. Parmi ces innovations, la nécessité d'accueillir plus de populations en ville a mené à la généralisation du duplex, puis du triplex.

Dans les années 1970/80, le secteur industriel traditionnel montréalais sombre (Linteau, 1992, p. 143). Plusieurs facteurs peuvent être avancés, pour les principaux, nous pouvons citer l'internationalisation de la concurrence, les délocalisations, la perte de vitesse de l'industrie ferroviaire et la tertiarisation de la société. Tous les pays occidentaux connaissent cette restructuration économique. Des entreprises de pointe (aéronautique, produits pharmaceutiques, informatiques) ou du secteur des services remplacent les usines et ateliers comme principaux employeurs (Linteau, 1992, p 144-145). Ces décennies voient aussi l'étalement urbain s'accroître, le centre-ville se moderniser. Face à la démolition de logements anciens ou de vieilles usines, des mouvements s'élèvent pour protéger le patrimoine montréalais, et demander la rénovation plutôt que la destruction (Linteau, 1992, p.149).

Toutefois, tous les vestiges de l'âge d'or de l'industrie ne disparaissent pas ou ne sont pas tous réhabilités. À Montréal subsistent des bâtiments et des ensembles industriels partiellement ou totalement abandonnés.

### 1.3.2 Des espaces en friche

Le recensement des espaces en friche dans la métropole québécoise permet de mettre en évidence leur raréfaction depuis quelques années. Cette partie permet aussi d'aborder brièvement le fait que ces friches demeurent attractives pour quelques artistes et une forme assez particulière de tourisme.

Les anciennes zones industrielles en friche disparaissent peu à peu du paysage urbain montréalais. Peu de marqueurs abandonnés de l'époque industrielle subsistent, car ils sont la cible de politique de reconversion, ou de destruction (si le bâti est en trop mauvais état pour le réutiliser).

Dans quelques quartiers de Montréal, se dressent encore des bâtiments industriels à l'abandon, notamment dans l'arrondissement Mercier-Hochelaga-Maisonneuve. Ci-



dessous, nous avons relevé quelques-uns des principaux vestiges industriels en friche, avec leur quartier entre parenthèses :

- L'usine Georges W. Reed & Co. (Saint-Henri)
- L'usine de la Canada Malting (Cité-du Havre)
- L'incinérateur Dixon (Hochelaga-Maisonneuve)
- Tour du quai des convoyeurs (Vieux-Port de Montréal)
- Silo numéro 5 (Vieux-Port de Montréal)

Cette liste regroupe des bâtiments industriels de grande taille. Trop abîmés pour convaincre des investisseurs de les réutiliser, ils témoignent de la lenteur potentielle du phénomène de réappropriation des espaces industriels en centre-ville. Certains d'entre eux, l'usine de la Canada Malting ou le Silo numéro 5 notamment, se situent pourtant au cœur de la ville et dénotent des quartiers où ils se situent. La transformation de ces espaces bâtis à des fins résidentielles, commerciales ou industrielles s'avère un immense défi architectural. En effet, il s'agit, dans la plupart des cas mentionnés, de bâtiments qui ont été conceptualisés dans un but de production ou de stockage d'un produit spécifique. Tout est donc prévu pour le traitement de ce produit. Redonner un nouveau sens à ces endroits s'avère ardu. L'ampleur de ce défi signifie un investissement très important, ce qui explique qu'aucun projet pour ces espaces ne se soit concrétisé.

Malgré l'absence d'activités et l'état de délabrement avancé de ces zones, ce parc immobilier vétuste attire cependant une niche très restreinte de passionnés d'aventures urbaines. La beauté d'un décor apocalyptique et son caractère étrange et fantomatique en font un terrain privilégié pour des artistes photographes ou de street-art (Andre et Grésillon, 2011). Un collectif d'explorateurs urbains s'exprime par

l'intermédiaire d'un site internet, Urbeplayground.com<sup>2</sup>, où les membres recensent et documentent les lieux abandonnés remarquables. Cette communauté très active sur internet témoigne de l'existence d'un tourisme de « friche », qui s'insérerait dans la catégorie de ce qui est présenté comme l'exploration urbaine. On peut la définir ainsi : « Urban exploration is a practice of researching, rediscovering and physically exploring temporary, obsolete, abandoned, derelict and infrastructural areas within built environments without permission to do so »(Garett, 2014, p. 1).

Les explorateurs urbains cherchent à vivre une expérience artistique (photographie, street-art), mais aussi électrisante. En effet, ces visiteurs découvrent, souvent illégalement, des lieux incongrus et dangereux, reconnus ou fantasmés comme espaces de déviance. Cette forme de tourisme reste toutefois marginale et ne peut être considérée comme un argument pour laisser des zones industrielles à leur état de friche. Les espaces en friches se raréfient. En effet, dans les anciens quartiers industriels de Montréal, l'heure est à la reconversion.

### 1.3.3 Espaces montréalais en reconversion

À Montréal, beaucoup d'anciens quartiers industriels sont en processus de reconversions. Ce sont ces espaces en mutation qui nous intéressent, et non pas la friche à l'abandon.

L'espace est une richesse, particulièrement dans des milieux urbains. Après des années où Montréal s'est étendu dans une logique de périurbanisation, la logique de compacité domine dans les villes occidentales (Halleux, 2012, p. 2). La métropole québécoise n'échappe pas à recentralisation du développement urbain. D'anciens quartiers marginalisés, tel Hochelaga-Maisonneuve, gagnent en attractivité, sous l'effet de l'afflux de populations plus éduquées et plus riches et d'investisseurs qui profitent de cette nouvelle manne. Il en est de même pour les anciennes zones

---

<sup>2</sup><http://www.urbeplayground.com/fr/Urbex>

industrielles montréalaises, qui représentent un potentiel de développement de projets résidentiels comme industriels ou commerciaux. L'intérêt renaît pour des territoires délaissés et défavorisés jusqu'à un passé proche. Derrière les reconversions et le renouveau de ces espaces, on peut trouver les leitmotivs des approches de l'urbanisme durable et de la ville compacte qualitative. L'étalement excessif d'une ville rend son bon fonctionnement dépendant des ressources fossiles non renouvelables, mais aussi accentue les inégalités socio-spatiales, augmente les besoins en équipements et fait perdre au centre urbain son rôle de pôle d'innovation (Halleux, 2012, p. 5). Toutefois, si certains territoires en reconversion mettent en place des moyens pour assurer un développement bénéfique à toutes les populations locales, certains quartiers montréalais reconvertis sans une concertation entre les acteurs s'exposent à une gentrification dont souffre la mixité sociale, un des marqueurs d'un quartier durable. Ainsi, des cas très variés de réhabilitation d'anciennes zones industrielles existent à Montréal, soumis à des logiques de réaffectation très différentes :

- Les zones reconverties dans une logique lucrative (condos, zone industrielle et commerciale privée) : Griffintown, ancienne usine de la Northern Electric
- Les zones reconverties dans une logique publique (bâtiments administratifs, parc) : le Canal de Lachine
- Les zones reconverties dans une logique de développement territorial, dans le cas de projet qui mobilise des ressources internes et externes et territoires avec pour but retombées locales vertueuses pour le développement, par exemple, les shops Angus.

Certaines des reconversions montréalaises participent à la conservation du patrimoine industriel. En revanche, des promoteurs et investisseurs font le choix de faire table rase des anciens bâtiments pour monter des projets avec moins de contraintes architecturales. Toutefois, dans les anciens quartiers industriels, les marqueurs du bâti industriel sont souvent utilisés dans les reconstructions (emblématique brique rouge,

utilisation du fer et du verre). De fait, le tourisme s'intègre naturellement si le patrimoine industriel est mis en valeur. Mais, à part la réhabilitation du canal de Lachine par Parc Canada qui intègre de façon directe les volets récréatifs et touristiques, aucun autre projet de reconversion ne semble prendre la voie du tourisme. Si le tourisme est capable de transformer des espaces (Ashwort et Dietworst, 1995), il est donc moins évident qu'il puisse s'intégrer à la transformation des anciens territoires montréalais à vocation industrielle.

Pour analyser pourquoi et comment – le tourisme s'inscrit – ou non – dans des reconversions montréalaises, une base théorique est indispensable. Ce cadre théorique déterminera notre méthodologie de recherche et nous donnera les outils de compréhension et d'analyse des résultats.



## CHAPITRE II : CADRE THÉORIQUE, MÉTHODOLOGIE ET JUSTIFICATION DES CAS

Le tourisme urbain, concept polysémique et secteur lucratif, participe à la compétition entre les villes. Ces points d'un réseau en concurrence cherchent de nouveaux territoires à investir et mettre en valeur touristiquement pour se distinguer. Les anciens territoires industriels en reconversion offrent de nouvelles territorialités qui sont parfois mises en tourisme, mais il s'avère que cela serait peu le cas à Montréal. Pour analyser cette hypothèse, il est nécessaire de construire un cadre théorique susceptible de donner des éléments de réponse à ce que nous cherchons à savoir. Nous interrogeons le rôle du tourisme dans les reconversions territoriales, et ses effets sur ces territoires. De plus, nous voulons étudier si les territoires en reconversions constituent des territoires inclus dans le système touristique montréalais. Pour répondre à ces questions, nous faisons le choix d'adopter un cadre théorique issu de la géographie sociale et des *critical studies* pour traiter des notions de territoire, de production de l'espace, de développement territorial et de tourisme urbain. Nos approches socioconstructivistes et critiques tranchent avec les analyses positivistes, plus fréquentes dans les études touristiques. Elles nous mènent à faire le choix de la méthodologie de l'étude de cas comparative (2.2). Finalement, nous concluons ce chapitre par la justification de nos deux cas, pour des raisons historiques notamment (2.3). Le chapitre trois sera consacré à la présentation des résultats et le chapitre quatre, à mettre en discussion ces résultats avec les théories que nous allons vous présenter.

## 2.1 Cadre théorique

À présent que nous avons défini plus précisément le contexte de notre étude et les concepts clés à maîtriser, nous allons présenter le choix de nos approches théoriques pour traiter de la problématique.

Dans un premier temps, nous présenterons notre posture épistémologique, déterminante dans nos choix méthodologiques. Puis, nous décortiquerons plus précisément les théories clés de la réflexion. Nous mobiliserons donc différents auteurs pour expliquer le territoire, les théories de la production de l'espace, le développement territorial et le tourisme urbain.

- Posture épistémologique : aborder les théories de la géographie sociale avec une approche socioconstructiviste et critique.

Pour évaluer l'insertion du tourisme dans les processus de reconversions des anciens territoires industriels de Montréal, nous mobilisons des théories et auteurs de la géographie sociale. Nous partons donc du postulat que « la géographie sociale repose sur le fait que l'espace est avant tout une production sociale » (Fournier et Raoulx, 2003, p. 25). En effet, l'espace n'est pas une scène neutre des relations humaines. La neutralité spatiale n'existe pas où il y a des êtres humains. Lévy va jusqu'à évoquer une « consubstantialité du spatial et du social » (Lévy, 1994, p. 70). Ce vocabulaire religieux est utilisé par le géographe pour appuyer l'idée qu'on ne peut dissocier espace et société. Il ajoute, avec un sens de la formule aiguisé : « l'idée d'un objet social non spatial n'est pas un concept, c'est une abstraction » (Lévy, 1994, p. 70). Selon lui, omettre le spatial en étudiant le social – et inversement – n'a donc pas de validité. Nous adhérons à cette idée (sans en adopter le ton péremptoire).

L'utilisation de processus sociaux pour expliquer des dynamiques spatiales fait écho aux approches socioconstructivistes, selon lesquelles :

Les réalités sociales, ce que l'on appelle communément les « données » ou les

« faits » sociaux (dont font partie les connaissances scientifiques), sont en fait des construits sociaux, construits et déconstruits quotidiennement par les êtres humains, ce qui ne les empêche pas d'être en même temps des conditions ou contraintes incontournables. (Ripoll, 2002, p.74).

Ainsi, Ripoll avance ici l'idée que tout ce qui provient de l'homme (le social) est soumis à une tension permanente, les sociétés humaines construisent et déconstruisent continuellement leur « réalité ». Dans un même temps, les réalités sociales et dynamiques, voire instables, exercent une pression sur la manière dont les hommes les construisent et déconstruisent.

Dans notre cas, nous étudions l'espace comme construit social. Cette posture se matérialise dans notre mémoire par l'interrogation du rôle du tourisme dans la production de l'espace et la construction d'une nouvelle territorialité. Nous approcherons aussi le tourisme sous l'angle socioconstructiviste, mais en faisant cela, nous nous plaçons en rupture avec le discours dominant dans l'univers scientifique de ce champ :

Indeed, despite isolated dissenting voices there are a number of forces at work which are actively cementing the already dominant tradition of (post)positivist approaches in the field, including : location of tourism, leisure and hospitality studies in business and management schools, often in vocationally oriented higher education institutions ; hostile environments created for inter and multi-disciplinary work by funding mechanisms ; pressures to produce technically useful, policy oriented research ; reluctance of funding bodies to consider tourism a « serious » area of study » (Pritchard et Morgan, 2007, p. 12)

Nous adoptons la posture épistémologique socioconstructiviste pas encore très fréquente dans l'analyse du tourisme, objet davantage étudié sous des angles managériaux et marketing. Toutefois, la relative rareté de l'angle socioconstructiviste dans des études touristiques, relevée par Morgan et Pritchett (2007) peut aussi être amenée comme argument pour la pertinence scientifique. Cette manière d'étudier le tourisme, en rupture avec les approches majoritaires du post-positivisme qui s'en emparent, nous provient des écoles anglo-saxonnes des *critical studies*. Si la géographie sociale (école qu'on associe à la francophonie) nous apporte les clés d'interprétation du territoire et de l'espace, les théories critiques nous seront utiles pour l'analyse de l'objet tourisme. Il s'agit d'un paradigme de recherche développé



par l'école de Francfort dans les années 1920 (Tribe, 2007), mais qui a ensuite été davantage utilisée par les chercheurs anglo-saxons. Selon un héritier de cette école de pensée, Jurgen Habermas, les théories critiques s'émancipent du domaine technique (*system-world*) dictée par les sciences empiriques et analytiques et s'émancipent du domaine des sciences herméneutiques de la vie de tous les jours (*life-world*) (Jamal et Everett, 2007 ; Habermas, 1978, 1989). Elles proposent une troisième voie, le savoir critique (*critical knowledge*) :

This form, critical knowledge, valorises the human capacity for self-reflection, critical apprehension and rational action. The emancipatory intents stands as a necessary corrective element of modernity ; it helps identify the contradictions and dialectic tensions that exists between the system-world and life-world. (Jamal et Everett, 2007, p. 64)

La rationalisation du *life-world* intervient quand les intérêts et le bien-être des communautés se font happer, délégitimés par les intérêts techniques ou économiques du *system world*. Les théories critiques ont été créées pour contrebalancer ces tendances. Elles visent à mettre en lumière les rapports de domination, d'aliénation et de réifications (Held, 1980). Elles donnent les outils pour analyser nos sociétés et nos espaces comme héritiers de processus historiques qui ont construit des réalités où se matérialisent les valeurs sociales, économiques, politiques, culturelles, ethniques et *générées*. Il ne s'agit pas seulement de décrire des rapports de dominations ou des situations d'inégalités, les discours critiques ont pour objectif de générer des actions et des changements (Jamal et Everett, 2007).

Pour résumer notre posture épistémologique, nous pouvons conclure que nous abordons les territoires industriels en reconversion comme des constructions sociales en interrelations avec les sociétés qui les occupent (approches de la géographie sociale avec posture constructiviste). Toutefois, ces co-construits sociaux ne peuvent se départager d'une étude des rapports de pouvoir et de domination à l'œuvre qui se matérialisent dans ces espaces et dans le tourisme (*critical studies*).

Parmi les approches socioconstructivistes de la géographie sociale, nous nous intéresserons tout d'abord au concept clé du territoire. Puis, nous verrons les théories de la production de l'espace. De ces deux premiers éléments du cadre théorique apparaissent les théories du développement territorial. Enfin, nous verrons comment des territoires touristiques urbains se développent.

- Le territoire

Notre compréhension du territoire pour ce mémoire est issue de la géographie sociale. Elle donne à ce concept une profondeur qui évite que les études de cas soient analysées en surface. En effet, on ne peut envisager le territoire comme simple unité d'un maillage administratif et/ou géopolitique. Il endosse également un rôle de structuration des sociétés (Bellemare et Klein, 2000, p. 3). Ainsi, deux géographes nous proposent deux définitions qui se complètent et qui dévoilent à quels niveaux le territoire participe à cette structuration des sociétés, et inversement. Tout d'abord, Di Méo écrit : « le territoire témoigne d'une appropriation à la fois économique, idéologique et politique (sociale, donc) de l'espace par des groupes qui se donnent une représentation particulière d'eux-mêmes, de leur histoire, de leur singularité » (Guy Di méo, 1996, p. 40). Douze ans plus tard, Klein désigne le territoire comme « un espace structuré, occupé, régulé et développé et aménagé par une collectivité et qui joue à la fois le rôle de cadre et d'acteur dans la reproduction de celle-ci » (Klein, 2008b : 317). Di Méo place l'appropriation comme marqueur principal de la territorialité, alors que Klein insiste sur le rôle de la collectivité et l'influence qu'elle partage avec son territoire. Dans les deux cas, les auteurs nous aiguillonnent vers l'analyse du territoire comme produit de la société qui l'occupe. Cela implique donc de s'intéresser aux rapports des groupes sociaux de nos études de cas, comment ils se construisent par rapport à leur territoire et comment ils le construisent : comment ils l'habitent, le ressentent et l'investissent. De plus, le territoire est également produit par ses fonctions géoéconomiques, qu'il soit centre d'extraction,

de production ou de consommation (Proulx, 2005, p. 287). Même si cette trilogie analytique « n'est pas totalement inclusive de tous les lieux et aires de la structure québécoise de peuplement » (ibid.), elle nous permet de différencier clairement nos deux études de cas selon leur vocation géoéconomique et de comprendre l'influence des projets économiques sur la structuration d'un territoire.

Partant de ces apports théoriques, nous pouvons mettre en exergue les spécificités des nouvelles territorialités créées dans un contexte de reconversion économique et en interroger les potentialités touristiques.

Enfin, utiliser ces notions du territoire justifie aussi le choix de notre approche socioconstructiviste. Le territoire est produit par un ensemble complexe de pratiques sociales, politiques et institutionnelles et d'interactions entre les acteurs territoriaux. Ces faits sociaux ne peuvent être étudiés uniquement sous un angle statistique (Ripoll, 2002). Les constructions territoriales se font beaucoup par l'appropriation, la spatialisation de valeurs et les fonctions que les sociétés vont attribuer aux territoires. Ces territoires se construisent sous influence du mode de production dominant dans la société. Les théories de la production de l'espace permettent de comprendre comment le territoire matérialise l'économie de marché.

- La production de l'espace

Nous l'avons constaté, plusieurs géographes et économistes présentent le territoire comme une construction de la société (Di Méo, 1996 ; Klein, 2008 ; Proulx, 2008). Maintenant, essayons de comprendre comment les relations de pouvoir et le mode de production capitaliste, dont le secteur touristique est une des constituantes, impactent l'espace. Pour cela, nous mobiliserons les écrits de la théorie de la production de l'espace.

Henri Lefebvre publie en 1974 « La production de l'espace ». Afin de synthétiser sa « thèse centrale », nous pouvons retenir cette phrase: « le mode de production organise – produit – en même temps que certains rapports sociaux – son espace et son

temps. C'est ainsi qu'il s'accomplit » (Lefebvre, 1974, édition de 2000, XXV). Le cadre interprétatif de la triplicité de l'espace constitue également un apport central de Lefebvre (Martin, 2006, p. 4) :

- l'espace perçu renvoie aux pratiques spatiales d'une société. Cette pratique spatiale « secrète son espace (...) Elle associe étroitement dans l'espace perçu la réalité quotidienne (l'emploi du temps) et la réalité urbaine (les parcours et réseaux reliant les lieux du travail, de la « vie privée », des loisirs) » (Lefebvre, 1974, p. 48).
- l'espace conçu renvoie aux représentations de l'espace, « C'est l'espace dominant dans une société (un mode de production) » (Lefebvre, 1974, p. 48). Il est produit par les classes sociales dominantes, qui orientent l'organisation de l'espace pour perpétuer leur position.
- l'espace vécu renvoie aux espaces de représentation, « C'est l'espace dominé, donc subi, que tente de modifier et d'approprier l'imagination. Il recouvre l'espace physique en utilisant symboliquement ses objets » (Lefebvre, 1974, p. 49). De fait il s'agit de l'espace discriminant, qui fracture les populations en classes en fonction de l'espace qu'elles consomment, habitent et fréquentent.

Toutefois, l'auteur prévient que ce triptyque interprétatif doit se concevoir comme un ensemble dynamique :

On peut supposer que la pratique spatiale, les représentations de l'espace et les espaces de représentations interviennent différemment dans la production de l'espace : selon leurs qualités et propriétés, selon les sociétés (mode de production), selon les époques. Les rapports entre ces trois moments – le perçu, le conçu, le vécu – ne sont jamais simples ni stables (Lefebvre, 1974, p. 57).

Il n'existe pas d'espace uniquement vécu, conçu ou perçu, ce sont trois éléments qui constituent un ensemble. Toutefois, il peut y avoir une prédominance d'une des composantes dans la production d'un espace. Ainsi, dans nos cas, le territoire industriel se produit d'abord comme un espace conçu. En effet, il est rationalisé pour favoriser la production de richesse. Ainsi, Bruneau présente comment le « système

technico-industriel qui rythme et conditionne la société globale » (Bruneau, 1985, p. 69) produit l'espace. Tout d'abord, il organise un espace centré/intégré :

l'espace social se construit de proche en proche, par emboîtement successif. Les villes s'organisent en réseau, les campagnes s'intègrent aux villes, les périphéries lointaines s'alimentent aux régions-centres et les espaces naturels qui, jusque-là, s'étaient réfugiés dans les interstices du système, en sont expulsés et récupérés, puis fonctionnalisés. On passe ainsi des espaces naturels aux espaces produits par le système technico-industriel où l'improvisation et l'initiative créatrice n'ont plus place (Bruneau, 1985, p. 69).

Ici, Bruneau met en évidence la production d'un espace réticulé, où chacune de ses composantes joue un rôle précis dans le processus productif. Pour être plus efficace encore, le système technico-industriel spécialise et hiérarchise l'espace :

C'est toute la logique du système industriel qui est appliquée à l'espace social: tout doit être découpé, séparé comme à l'usine (...). L'espace se spécialise, se fonctionnalise, poursuit un objectif, sert une fin. (Bruneau, 1985, p. 69)

Afin de gagner en productivité, les schémas appliqués à l'usine sont les mêmes qui produisent l'espace. Selon Bruneau, cela mène à un appauvrissement d'une grande partie de la société :

Telle que pratiquée, la spécialisation géographique est synonyme d'appauvrissement, car elle n'est rien d'autre qu'une expropriation déguisée de la compétence générale des parties par le tout, de la base par le sommet (Bruneau, 1985, p. 70)

Cette citation met en avant l'idée d'une production de l'espace orientée par la recherche d'accumulation de capital par une élite, qui confisque aussi les outils urbanistiques capables de matérialiser la hiérarchie. L'ensemble de la société participe à cette rationalisation de l'espace, dont un de ses acteurs les puissants, l'Etat :

Rares sont les espaces, nonobstant leur localisation — en zones urbaine ou rurale, en régions centrale ou périphérique — qui échappent aux injonctions de l'État ou qui peuvent se soustraire à la logique et aux finalités du système productif (Bruneau, 1985, p. 70).

La rationalisation s'opère à toutes les échelles et touche donc tous les espaces, mêmes ceux qui semblent hors-système (espaces naturels). Bruneau met finalement en évidence : « de plus en plus l'espace est rationalisé comme une chose, considéré

comme un objet marchand, un produit que l'on fabrique et que l'on vend en vue d'un profit » (Bruneau, 1985, p. 71). Cette logique de structuration de l'espace reflète la monétarisation des relations sociales et ses impacts sur la société (Harvey, 1988). L'urbanisme et l'architecture des bâtiments sont réalisés à des fins avant tout productives et rentables. Toutefois, ces ensembles industriels sont le terrain de pratiques spatiales (l'espace perçu), comme les migrations pendulaires, ou « les parcours et réseaux reliant les lieux du travail, de la vie « privée », des loisirs » (Martin, 2006, p. 4). Les classes sociales attribuent différents symboles et valeurs à ces bâtiments et à ces rues, en fonction de leur place dans la société (l'espace vécu). De même, le caractère instable et dynamique des rapports entre les trois « moments » se vérifie bien dans le cas des anciennes zones industrielles. Raffestin relève le cycle d'une zone industrielle reconvertie, soit un « mécanisme de territorialisation – déterritorialisation – reterritorialisation » (Raffestin, 2012, p. 171). Ce dynamisme en trois temps peut être relié avec la triplicité de l'espace de Lefebvre. Des espaces érigés par le capitalisme, symboles du travail de l'ouvrier, associés à un mode d'habiter et de flux pendulaires (moment de la *territorialisation*) ; puis dénaturés en friches suite aux crises industrielles, espaces liés à des représentations négatives et des pratiques spatiales déviantes (moment de la *déterritorialisation*) ; se (re)produisent finalement en espaces intégrés, aux représentations et pratiques spatiales variées (selon l'origine et le but de leur conception) (moment de la *reterritorialisation*).

Le tourisme correspond à une pratique spatiale motivée par les symboles positifs accolés au voyage, qui se renforcent aujourd'hui, car partageables par les réseaux sociaux notamment. Les flux se matérialisent par des infrastructures de transports et d'accueil. L'espace touristique serait donc majoritairement produit par l'espace des représentations. Dans ce sens, Harvey ressort de Bourdieu un lien entre l'accumulation du capital et la production du capital symbolique :

By exploring the realms of differentiated tastes and preferences (...), architects and urban designers have re-emphasized a powerful aspect of capital accumulation : the

production and consumption of what Bourdieu (1977, 1984) calls « symbolic capital ». (Harvey, 1988, p. 77)

Le capital monétaire permet de s'acheter des biens, des services, des voyages qui font de son propriétaire un individu de bon goût. De fait, le lien avec le tourisme peut se tisser. En recourant au vocabulaire de Bourdieu, pour un individu, parcourir le monde augmente son capital symbolique (qui comprend le capital culturel, le capital social et le capital économique). En effet, être touriste revient à augmenter son capital culturel et social, grâce à son capital économique. Cela signifie que le tourisme devient un facteur de différenciation entre les privilégiés qui voyagent et ceux qui ne voyagent pas, et entre ceux qui tirent bénéfices de ce secteur et ceux qui sont exploités. Dans ce sens, Grégoire démontre la reproduction sociale des élites de l'île Maurice qui s'effectue grâce à l'essor du tourisme :

Comme l'industrie textile auparavant, le tourisme a permis le maintien des hiérarchies économiques, politiques et sociales et par là des inégalités qui prévalaient dans l'économie de plantation dont il prend la relève, car ce sont finalement les mêmes personnes qui contrôlent les deux activités à partir de leur capital foncier (Grégoire, 2008, p. 100).

Les propriétaires des plantations de canne à sucre utilisent les capitaux fixes et monétaires accumulés pendant des décennies pour reproduire un espace touristique. De même, il s'installe une hiérarchie au sein même des espaces mis en tourisme. Des pratiques spatiales touristiques et des espaces fréquentés s'associent à différentes classes sociales. Par un exemple, une semaine de tout-inclus en Tunisie ou à Cuba n'a pas la même valeur symbolique qu'une fin de semaine culturelle à Rome ou New York. Ce secteur économique participe donc à la production et la hiérarchisation de l'espace.

Tout cela nous mène à faire le constat que l'espace « n'est plus un simple support » (Baud, Bourgeat et Bras, 1997) :

Spatial and temporal practices are never neutral in social affairs. They always express some kind of class or other social content, and are more often than not the focus of intense social struggle (Harvey, 1988, p. 239)

En appliquant cette idée à notre sujet, visiter une ancienne usine ou se promener dans les rues d'un ancien quartier industriel et s'y prendre en photo ne constituent pas des pratiques spatiales neutres. Nous en constaterons les implications plus tard dans ce mémoire.

L'économie de marché se matérialise donc dans la production de l'espace. Certains défauts apparaissent, notamment dans la manière dont l'espace matérialise les inégalités et se structure par des rapports de dominations. La géographie sociale met en lumière des modèles de développement qui ne s'inscrivent pas dans le paradigme dominant et se basent sur le territoire comme ressource et échelle d'intervention : les théories du développement territorial.

- Développement territorial : réorganiser la proximité, reprendre le contrôle.

Pour atténuer la rationalisation à outrance de l'espace, la monétarisation des rapports sociaux ou encore l'accumulation du capital par une élite, des choix peuvent s'opérer au niveau du territoire. Nous allons nous appuyer sur des concepts du développement territorial. Pecqueur (2009) relève la confusion fréquente qui assimile ce type de développement au développement local. Il l'éclaire : « Aujourd'hui, on peut dire que le local renvoie à l'échelle tandis que le territorial renvoie au mode de construction par les acteurs, quelle que soit l'échelle. » (Pecqueur, 2009, p. 57).

Ce mode construction passe par une combinaison des ressources endogènes et exogènes du territoire. En fait, les objectifs d'un développement territorial sont locaux, mais pour les atteindre, il faut combiner des ressources endogènes et exogènes au territoire, donc à d'autres échelles (régionales, nationales, mondiales...).

La proximité géographique entre les acteurs ne suffit pas pour enclencher un processus de développement territorial : « ce qui est bon pour l'entreprise n'est plus, a priori, automatiquement bon pour les populations qui accueillent l'entreprise en question. » (Pecqueur, 2012, p. 52). Ici dénoncée, la déconnexion de la sphère économique de la sphère sociétale peut être résolue par des initiatives territoriales



(Pecqueur, 2012). En effet, il faut s'assurer que les entreprises implantées sur un territoire aient des impacts positifs de ce dernier. Des acteurs issus de la société civile, les entreprises d'économie sociale, des regroupements de citoyens peuvent jouer un rôle d'organisation de la proximité entre les différentes composantes du territoire (Pecqueur, 2012). Pour jouer ce rôle, une des solutions est la promotion de l'innovation sociale (Saucier et al, 2007 ; Klein, 2009 ; Fontan, 2011).

Une innovation sociale est une intervention initiée par des acteurs sociaux pour répondre à une aspiration, subvenir à un besoin, apporter une solution ou profiter d'une opportunité d'action afin de modifier des relations sociales, de transformer un cadre d'action ou de proposer de nouvelles orientations culturelles. (Saucier et al, 2007, p. 390)

Ce type d'innovation doit :

Construire des systèmes locaux d'acteurs basés sur des régulations locales, des conventions assurant une capacité de gouverne susceptible de susciter des expérimentations et de soutenir des initiatives permettant d'améliorer les conditions et la qualité de vie des citoyens dans une perspective durable (Klein, 2009, p.19)

Une démarche de développement territorial se base donc sur des acteurs locaux qui organisent une proximité relationnelle. Des innovations sociales renforcent ces réseaux. De même, la concertation, le compromis, le sentiment d'appartenance, l'acceptabilité sociale et la place accordée à la société civile doivent permettre de développer des territoires avec une logique territoriale plutôt que productiviste.

Dans cette volonté de gagner en indépendance et de proposer un modèle alternatif de développement, l'approche de la mobilisation des ressources souligne comment les territoires peuvent se reconverter. Cette approche consiste à envisager un contexte de désindustrialisation comme terreau favorable à « l'émergence d'une action collective de mobilisation sociale » (Klein et Fontan, 2003, p. 16). La crise économique et sociale qui touche les territoires en déprise industrielle exclut les communautés ouvrières. Cette marginalisation les pousse à se regrouper et agir pour s'inclure dans la reconversion. Nos deux cas, confrontés à l'approche de la mobilisation des ressources, sont très intéressants à étudier, car ils offrent chacundes modalités de

reconversions très différentes. De fait, ils font apparaître, on le verra, des facteurs clés pour l'intégration des populations à ces processus.

Dans le développement territorial, le territoire joue un rôle multiple : un lien social, un support et un déclencheur des actions sociales, mais aussi une ressource. Ces ressources, dans un milieu urbain, peuvent être de natures diverses : les entreprises, les populations, la culture, le patrimoine... Le tourisme urbain peut utiliser ces ressources, mais des théories d'urbanisme nous montrent que les modalités de son développement semblent s'opposer aux préoccupations du développement territorial.

#### ○ Le tourisme urbain

L'échelle du territoire, un espace produit de nos sociétés capitalistes, paraît la plus adaptée pour répondre aux objectifs de la recherche. Cela implique d'utiliser cette notion en la confrontant aux outils d'analyses du développement territorial. Le développement territorial peut être une voie vers la production de nouvelles territorialités, produites par d'autres logiques que celles qui guident l'économie de marché. Or, certaines analyses critiques du tourisme urbain dévoilent que ce secteur est imbriqué dans l'économie de marché mondialisée et présente des emprises socio-spatiales qui peuvent être déterritorialisantes.

Comme nous avons présenté précisément le tourisme urbain dans le chapitre 1, nous n'en rappelons que brièvement le contexte et la définition. Le tourisme urbain :

concerne des villes de 20 000 habitants et plus qui présentent généralement un nombre limité d'attraits concentrant les fréquentations. Ces attraits s'articulent autour d'un nombre limité de produits (religieux, thermal, industriel, culturel) touristiques ou de secteurs d'activités atteignant un niveau élevé de notoriété, de qualité ou de savoir-faire (Pilette, Kadri, p. 131, 2005).

Ce type de tourisme s'appuie donc sur une mise en valeur des marqueurs de l'urbanité pour se distinguer d'une concurrence intense entre les villes et rayonner à l'international (Knafou, 2013). Les villes chercheraient donc des produits touristiques qui les différencieraient de leurs adversaires sur le marché.

Toutefois, l'effet semble inverse. En effet, la production d'une territorialité touristique urbaine s'uniformise sous la pression de cette concurrence mondialisée (Judd, 1999 ; Judd et Fainstein, 1999). La création de bulles touristiques (*tourist bubble*) constitue à la fois la cause et la conséquence de cette dérégulation du tourisme. Ces bulles touristiques se concrétisent comme des quartiers génériques et sécuritaires:

When urban decay or social problems cause tourists to regard a city as dangerous or inhospitable, the city governments, in partnership with tourism entrepreneurs, constructs places where visitors can find suitable facilities and amenities, in a safe and convenient environment (Judd, 1999, p. 37)

Apparaissent ici plusieurs éléments qu'on peut mettre en perspective avec les théories de la production de l'espace vues plus tôt. La poursuite de l'accumulation de capital et une classe dominante au fort capital symbolique (élus et entrepreneurs) produisent un espace qui entretient peu de rapports avec le reste de la ville. La reproduction de ces espaces rassemble toujours les mêmes ingrédients et : « the standardized venues of tourist bubble seem mass produced, almost as if they are made in a tourism infrastructure factory » (Judd, 1999, p.39). Ici l'auteur emploie un vocabulaire fort, qui tisse un lien entre tourisme et production fordiste. Ces enclaves de richesses surprotégées disposent de marqueurs qui reviennent presque invariablement en Amérique du Nord :

- un centre de convention, outil indispensable pour attirer des foules de voyageurs d'affaires (Judd, 1999)
- des équipes professionnelles de sports, qui, par leur notoriété, transportent le nom de la ville qu'ils représentent et ainsi en augmentent l'attractivité (Judd, 1999).
- des centres commerciaux géants : « Cities have come to use enclosed malls as a principal weapon in the competition for recreational shopping and tourism » (Judd, 1999, p. 46)
- un casino : dans la construction des bulles touristiques, cet équipement a été présenté comme indispensable, malgré des retombées contestées (Judd, 1999)

De fait, la comparaison des bulles touristiques avec les parcs d'attractions n'est pas dénuée de fondements (Judd, 1999 ; Sassen et Roost, 1999), certains éléments témoignent même d'une *disneylandisation* de la planète (Brunel, 2006). En effet, pour se placer sur la carte touristique, les métropoles doivent acquérir une base d'attraits. De la même manière, pour satisfaire les attentes de ses visiteurs, un parc d'attractions a besoin d'un grand huit, d'une maison hantée, d'une grande roue et d'autotamponneuses ... Cependant, pour créer une vraie différence dans la concurrence, il faut ajouter une cohérence, une plus-value dans la mise en scène de l'urbain : « Modern tourism is no longer centered on the historic monument, concert hall, or museum but on the urban scene or, more precisely, on some version of the urban scene fit for tourism » (Sassen et Roost, 1999, p. 143). Pour faire cela, les services marketing et communications des organismes de promotion des villes, l'industrie touristique, les urbanistes et les élus locaux implantent une théâtralisation assumée (*shown theatricality*) et la théâtralisation dissimulée (*hidden theatricality*) (Grann, 2010). La théâtralisation assumée regroupe les animations et les constructions qui ne dissimulent pas les principes de la mise en scène, qui acceptent l'artificialité et participent à la mise en spectacle de la ville (Grann, 2010). Dans le monde du théâtre, on peut rattacher cette idée à Bertolt Brecht et sa volonté de rupture avec l'illusion théâtrale. Dans la mise en tourisme, des exemples tels que Las Vegas ou encore les grandes parades (carnavals, défilés militaires, Fierté Gay, etc.) montrent qu'à des moments particuliers et sur des territoires particuliers, le touriste accepte d'être « dupé ». Toutefois, dans la plupart des cas, la théâtralisation est dissimulée. Ainsi, les acteurs touristiques mettent en scène une certaine authenticité par une architecture et un discours du mimétisme et de l'illusion. Les principes de la mise en scène sont inexprimés et invisibles pour le visiteur (Grann, 2010, p. 25). La démarche n'est pas nécessairement négative. Les reconstitutions des villes bombardées pendant la guerre en France, en Allemagne ou au Royaume-Uni ont permis de ne pas rompre avec l'Histoire de ces villes. Le touriste traque l'authenticité : « for moderns, reality and authenticity are thought to be elsewhere : in

other historical periods and other cultures, in purer, simpler life-styles » (MacCannell, 1973, p.3). En fait, cette quête ne se contente pas de la recherche de la réalité historique, mais aussi de la réalité émotionnelle, c'est-à-dire de vivre une expérience qu'on ne pourrait vivre ailleurs que dans l'endroit que l'on visite. Brown avance l'exemple d'Hiroshima. Dans le parc de la paix, un hall d'exposition subsiste, « cet amas enchevêtré d'acier et de béton est le symbole fort d'un événement effroyable » (Brown, 1999, p. 41). Pourtant :

Tout important symbole qu'il puisse être, ce hall d'exposition est un faux. Quand il a menacé de s'effondrer totalement – les éléments naturels ayant relayé le travail de la bombe –, la municipalité l'a fait reconstruire dans cet état de semi-ruine. (Brown, 1999, p. 41)

Et c'est ici que l'analyse de Brown s'affine et nous apporte une contribution importante pour la compréhension du tourisme et éviter de juger trop négativement sa mise en scène, « bien que le site ait pour centre un faux, il suscite des émotions profondes et authentiques. Il est ce que j'appelle ici un « faux authentique » » (Brown, 1999, p. 41). Ce concept de « faux authentique » conduit le touriste à agir comme complice d'un système qui leur dissimule pourtant la réalité historique :

At the same time, there is a staged quality to the proceedings that lends to them an aura of superficiality, albeit a superficiality not always perceived as such by the tourist, who is usually forgiving about these matters. (MacCannell, 1976, p. 98)

Le touriste est donc enclin à fermer les yeux sur des pratiques spatiales qui détournent le *réel historique*, mais qui parviennent à créer un *réel de l'imaginaire*. Au niveau du tourisme urbain, par exemple, le Vieux-Québec n'a pas une époque de création uniforme. Toutefois, le respect des codes architecturaux dans sa (re)production lui assure un pouvoir d'attractivité. Ces codes permettent au touriste de s'évader, en évoluant dans un cadre qu'il associe à une autre époque.

Plus important secteur économique de la planète, « le tourisme est aujourd'hui en grande partie investi par un rapport marchand et un mode de production de la valeur économique de type capitalistique ». (Nahrath et Stock, 2012). En tant que création du mode de production, le tourisme produit et reproduit l'espace. Il marque

l'organisation des territoires. La création de bulles touristiques attire des classes sociales élevées exogènes et repousse des centres-ville les classes sociales locales les moins favorisées. Ces écarts se concrétisent dans une forme de production de l'espace qui fait apparaître des écarts entre ces enclaves et les *vrais* quartiers qui les englobent : « Tourist bubbles create islands of affluence that are sharply differentiated and segregated from the surrounding urban landscape » (Judd, 1999, p. 53). Dans le cas de nos territoires en reconversion, cela fait apparaître une contradiction. Celle d'anciens espaces de production, fréquentés par les classes laborieuses, (re)produits par et pour les classes dominantes aisées. De plus, dans la production de ces espaces, des équipements et des mises en scène rendent floue la distinction entre l'authentique et du superficiel. Sous la pression de l'économie de marché et de ses acteurs, certains quartiers des métropoles touristiques paraissent transformés en parcs d'attractions. Dans les chapitres suivants, l'objectif sera de voir si nos études de cas perpétuent ces modèles touristiques de production de l'espace urbain, ou si les résultats laissent entrevoir des modes de développement touristique alternatif.

Dans la prochaine partie, nous allons présenter la méthodologie mise en œuvre pour étudier et comparer les Shops Angus et Griffintown. Le choix de comparer ces deux secteurs n'est pas anodin. S'ils présentent des caractéristiques communes d'anciens secteurs industriels qui ont bénéficié du rôle de carrefour de Montréal, les réhabilitations dont ils ont faits l'œuvre répondent à des logiques très distinctes. Nous allons donc partager « la recette » de ce mémoire et placer les deux territoires sur la carte montréalaise tout en expliquant nos choix de cas.

## 2.2 Méthodologie

Après avoir cerné l'objet d'étude en appréhendant précisément le tourisme urbain et les reconversions d'anciennes friches industrielles, la revue de littérature et la problématisation doivent être enrichies d'un terrain à la méthodologie rigoureuse. Pour cela, nous nous sommes beaucoup appuyés sur un manuel de méthodologie : « L'étude

de cas comme méthode de recherche » (Gagnon, 2005). Cet ouvrage structure ce chapitre et a permis de définir clairement l'étude de cas comme méthode adaptée à la problématique et aux approches présentés plus tôt dans le mémoire. Dans un premier temps, nous verrons que pour répondre à nos objectifs et postures épistémologiques, nous nous sommes dirigés vers les méthodes qualitatives (2.1.1). De là, nous avons choisi l'étude de cas, qui semblait la plus pertinente pour notre sujet (2.1.2). Pour atteindre des résultats fiables et valides, nous sommes passés au travers de plusieurs étapes (2.1.3). Ensuite, nous avons dû définir quelles méthodes de collecte de données nous pourrions combiner (2.1.4.). Parmi ces méthodes, l'entrevue semi-dirigée nécessite un échantillonnage réfléchi (2.1.5). Nous finirons par présenter les limites de la méthode et de nos démarches (2.1.6), et les mesures prises pour assurer l'éthique de la recherche (2.1.7). Ainsi, nous avons appliqué la méthodologie qui suit sur les terrains de Griffintown et des anciennes Shops Angus entre août 2015 et mai 2016.

### 2.1.1 Une méthodologie qualitative

La posture épistémologique socioconstructiviste implique d'envisager le tourisme et les territoires en reconversion comme des construits sociaux complexes. Pour comprendre cette complexité, il est nécessaire d'adopter une vision holistique (Gagnon, 2005, p. 2). Il apparaît pertinent de mener une méthodologie qualitative. Cet ensemble de méthodes réunit les moyens de collecter des informations autrement que par des procédures statistiques. Il existe plusieurs voies pour mener des études qualitatives, mais elles se réunissent autour d'avantages et d'objectifs communs. Expliquer des phénomènes plutôt que simplement les présenter se pose comme le principal avantage des méthodes qualitatives sur les quantitatives. En outre, ces méthodes permettent de documenter et décortiquer la complexité des construits humains. Dans le cas de ce mémoire, réfléchir aux interrelations entre territoire en reconversion, tourisme et production de l'espace nécessite de s'intéresser à des

phénomènes territorialisés et à une analyse des jeux d'acteurs. L'apport de données statistiques aurait été inapproprié, car les lieux analysés ne sont pas (encore) les cibles de nombreuses visites touristiques. Le sens des résultats aurait été difficile à interpréter.

Par conséquent, après une étude des différentes méthodes qualitatives, une d'entre elles est ressortie comme adaptée au sujet et à ses objectifs : l'étude de cas.

### 2.1.2 La pertinence de l'étude de cas

La première étape pour choisir sa méthodologie est de la questionner par rapport à nos postures. Ainsi : « le chercheur envisageant de recourir à l'étude de cas comme méthode de recherche doit souscrire à la posture constructiviste » (Gagnon, 2005, p. 13). En adoptant ce point de vue épistémologique, choisir l'étude de cas s'accorde donc à nos approches présentées dans notre cadre théorique.

Toutefois, si la concordance entre la méthodologie et les postures épistémologiques est primordiale, il faut disposer des moyens de la transposer sur le terrain pour qu'elle soit pertinente. Dans ce sens, l'étude de cas se révèle comme une démarche réalisable. En effet, l'objectif n'est pas la généralisation des résultats à toutes les situations – contrairement à certaines méthodes quantitatives -, mais davantage l'amélioration de la compréhension de phénomènes : « En plus de vérifier s'il y a des relations entre les variables, le chercheur qualitatif veut savoir comment et pourquoi celles-ci existent. » (Gagnon, 2005, p. 13). Ainsi, nous voulons comprendre la relation entre tourisme et territoires en reconversion, comment elle se manifeste – ou non – et pourquoi elle existe ou non. Au-delà de considérations scientifiques et plus pragmatiquement, le coût financier et les moyens techniques nécessaires à l'étude de cas ne sont pas insurmontables. Nous allons le voir plus tard, nous comparons deux petits territoires



par une problématique précise. Cela ne nécessite pas de grands investissements monétaires.

De plus, pour juger la pertinence d'une étude de cas dans le traitement d'une problématique des chercheurs proposent quatre interrogations clés. Si le chercheur y répond positivement, il est alors judicieux d'employer cette méthode. Nous allons donc confronter notre sujet à ces questions.

a) « Le phénomène qui est l'objet d'intérêt doit-il être étudié dans son contexte naturel pour être vraiment compris ? » (Benbasat, Flodstein et Mead, 1987, p. 372).

Oui, pour étudier les rapports entre construction de nouvelles territorialités, démarches de reconversion et tourisme, il est indispensable de transmettre le contexte général qui entoure le tourisme montréalais, les reconversions et le développement des territoires. Il ne s'agit pas de phénomènes transposables à d'autres territoires. La même étude, sur d'autres territoires, aurait forcément des différences dans ses résultats. Concrètement, cela revient à apprivoiser l'espace et son Histoire, à cibler les principaux acteurs territoriaux et/ou touristiques, les grandes orientations des reconversions et quels paradigmes elles sous-tendent.

b) « Faut-il mettre l'accent sur les événements contemporains dans l'étude de cette problématique ? » (Benbasat, Flodstein et Mead, 1987, p. 372).

Le passé des deux territoires choisis a beaucoup d'importance dans les différents choix de reconversion. Toutefois, le « moment » d'une reconversion est très court et ancré dans le présent, ou un passé et un futur proche. L'étude s'intéresse à une mutation fugace, mais cruciale dans l'apparition de nouvelles territorialités. Dans le passé, ces territoires avaient d'autres fonctions, et dans le futur, tous les processus à l'œuvre pendant la reconversion auront donné au territoire ses nouvelles fonctions.

c) « La connaissance du phénomène peut-elle être acquise sans avoir à contrôler ou à manipuler les sujets ou les événements en cause ? » (Benbasat, Flodstein et Mead, 1987, p. 372).

La réponse est encore affirmative. La connaissance peut être acquise sans avoir à contrôler ou manipuler les objets d'étude. En effet, nous pouvons nous placer en observateurs extérieurs de nos cas et tout de même mener une enquête efficace, en collectant des informations par des techniques variées (entrevues, observations, photographie, recherche documentaire). S'impliquer davantage pourrait constituer un problème éthique, puisqu'influencer l'environnement d'étude biaiserait les résultats.

d) « La base théorique qui existe au sujet de la problématique sous étude comporte-t-elle des éléments non expliqués ? » (Benbasat, Flodstein et Mead, 1987, p. 372).

Le tourisme urbain et les reconversions sont deux objets qui, séparément, ont été beaucoup étudiés. Toutefois, la relation entre tourisme et reconversion d'anciennes friches industrielle n'a pas été au centre de beaucoup d'études. À Montréal, aucun écrit n'a approfondi cette relation.

Enfin, nous ne nous contentons pas d'étudier un seul site. Nous avons jugé que l'étude de cas multisite comme méthode la plus pertinente, car elle permet d'amener des éléments de comparaison, qui enrichissent nos analyses. « In collective or multiple case studies, a number of cases are carefully selected. This offers the advantage of allowing comparisons to be made across several cases and/or replication. » (Crowe et al, 2011, P. 6).

Après avoir assuré la pertinence de nos choix méthodologiques, nous allons nous exposer comment garantir la validité et la fiabilité des résultats.

### 2.1.3 Fiabilité et validité des résultats

« L'étude de cas comme méthode de recherche » (Gagnon, 2005) dévoile une série de mesures à prendre pour assurer la véracité des résultats. En premier lieu, nous allons définir la fiabilité et voir comment l'assurer. Puis, nous nous intéresserons à la validité de nos résultats, en confrontant les éléments de sa définition à nos démarches pour la garantir.

La fiabilité assure que d'autres chercheurs, en faisant les mêmes démarches, tireraient globalement les mêmes conclusions de l'étude de cas. La véracité quant à elle représente « la justesse et l'exactitude des résultats par rapport à la réalité » (Gagnon, 2005, p. 22).

La fiabilité se décompose en fiabilité interne et la fiabilité externe. La fiabilité interne implique que d'autres chercheurs qui disposeraient des mêmes résultats les interprèteraient et les analyseraient d'une manière assez similaire. La fiabilité externe se vérifie par la démarche menée pour arriver aux résultats. Si un autre chercheur faisait ces démarches, il faudrait qu'il arrive aux mêmes résultats (Gagnon, 2005).

Plusieurs étapes ont été respectées afin d'assurer la fiabilité interne :

- Pour la description des situations observées et des entrevues, la retranscription a été menée de façon à limiter le biais du chercheur. Les entrevues sont retranscrites mot à mot.
- Les données brutes sont protégées et mises sous une forme accessible à d'autres chercheurs, après anonymisation des entrevues.
- Le recours au directeur de mémoire permet d'assurer une fiabilité interne. Sa participation permet également de confirmer les données recueillies. Cela permet d'assurer que les observations et résultats correspondent bien aux réalités observées. Enfin, l'intervention du directeur de mémoire permet de réviser l'interprétation des données, pour vérifier qu'il arrive aux mêmes conclusions.

De même, plusieurs mesures permettent de prouver la fiabilité externe.

- La position du chercheur fait qu'il n'est pas partie prenante des territoires étudiés et ne connaît personnellement aucun des répondants.
- Le processus de sélection des participants est décliné plus loin dans ce mémoire.
- Les territoires d'études, les Shops Angus et Griffintown, sont présentés clairement. Ces descriptions permettent ainsi d'établir le contexte dans lequel a dû se produire la collecte de données.

Pour assurer la scientificité et la rigueur d'une étude, le chercheur doit également mettre en place des moyens d'assurer la validité des données, dans leur collecte comme dans leur interprétation. Comme pour la fiabilité, la validité se divise en deux parties : la validité interne et la validité externe (Gagnon, 2005). La première consiste à prouver que le chercheur prend des mesures pour que les données collectées et interprétées correspondent le mieux possible à une réalité. La validité externe, quant à elle, est atteinte lorsque le chercheur réussit à identifier et décrire clairement le phénomène pour rendre possible une comparaison avec d'autres situations. La validité de construit est inhérente à cet aspect et « vise à assurer la constance et la comparabilité des construits » (Gagnon, 2005, p.31).

Pour assurer la validité interne de ce mémoire, plusieurs mesures ont été adoptées :

- le chercheur a fait en sorte que sa présence sur les lieux d'études ait influencé le moins possible le milieu observé. Désengagé au maximum (sans relation avec les phénomènes observés), les faits relevés et interprétés se dégagent donc de toute forme de biais que pourraient induire des relations amicales ou même professionnelles avec les individus qui évoluent dans les Shops Angus et Griffintown.
- la représentativité de l'échantillon est assurée par un ciblage des acteurs importants et provenant de secteurs différenciés. Le manque de moyens financiers et humains a limité la portée de l'étude et il a fallu choisir précisément les acteurs à interroger, les lieux et les événements où relever les observations. Par conséquent, des critères ont été

retenus pour cibler les endroits clés où pourraient se mener les moments d'observations. Nous nous sommes déplacés aux mêmes moments de la journée en haute saison touristique (période estivale).

- L'élaboration d'une chaîne de sens et d'une charte de signification des données permet au chercheur de justifier la comparaison et l'interprétation des données même si elles se sont produites à des moments et lieux différents.

D'autres étapes jalonnent le chemin qui mène à la validité externe, qui, rappelons-le, se rapporte à la généralisation des résultats.

- Selon Gagnon (2005, p. 35), le chercheur doit tenter de contrôler l'effet de particularité des sites d'études, pour éviter que les conclusions tirées ne soient trop idiosyncrasiques. Nous justifierons nos cas plus précisément dans la prochaine partie. Toutefois, quelques éléments peuvent être brièvement avancés. Les anciennes friches de Griffintown ont été ciblées, car elles présentent un processus de reconversion qui se base sur le capital et l'investissement immobilier privé, un modèle de reconversion qu'on retrouve dans d'autres villes. À l'inverse, le cas des Shops Angus est celui d'une reconversion basée sur le territoire et ses populations, rendant cette situation plutôt unique. Dans l'étude du développement territorial de cette ancienne friche industrielle, les particularismes relevés peuvent alors devenir une base de réflexion. En effet, nous pouvons à la diffusion de ce succès économique et social dans d'autres territoires et d'autres milieux.
- Le chercheur devrait aussi éviter les sites qui ont été l'objet de nombreuses études. Plusieurs sociogéographes se sont intéressés de près au cas des Shops Angus. Avec, en tête de liste, Juan Luis Klein et Jean-Marc Fontan, qui en font dans leurs textes un exemple récurrent d'une initiative locale qui a mené à une reconversion (Klein et Fontan, 2003). Toutefois, l'angle du tourisme introduit de la nouveauté, le tourisme n'étant pas un secteur

qui s'est développé sur ce territoire. Si les Shops Angus ont été très documentés par des chercheurs en sciences humaines et sociales, Griffintown ne cristallise pas encore autour de son cas beaucoup d'intérêt scientifique. Pour nous, ce cas constitue donc une opportunité intéressante de recherche exploratoire.

- Il s'agit également de choisir des phénomènes qui ne soient pas trop liés à la conjoncture dans laquelle ils sont menés. Il est compliqué de départir un phénomène du contexte général dans lequel il se développe. Gagnon (2005) conseille cependant de cibler des « cas reproductibles dans le temps » (Gagnon, 2005, p. 36). Pour le sujet de ce mémoire, les reconversions territoriales ne sont pas des faits uniques à Griffintown et aux Shops Angus. Si ces dernières amènent une innovation sociale dans les modalités de revitalisation, Griffintown suit, en revanche, un cheminement plus classique. De même, considérant le nombre de friches industrielles qui restent à Montréal, les deux cas étudiés ne seront pas les derniers.

Gagnon introduit, au sein de la validité externe, la validité de construit (2005, p. 36). Il s'agit ici de montrer que les analyses puissent être utilisées dans des comparaisons avec d'autres cas. Pour cela, quelques jalons peuvent être validés.

- Tout d'abord, les cas sont sélectionnés pertinemment en fonction des objectifs de recherche. Deux cas aux logiques opposées permettent de comprendre plus précisément la relation entre tourisme et territoires en reconversion.
- La triangulation des sources de données est primordiale pour assurer la validité de construit d'une étude. Pour la rédaction de ce mémoire, plusieurs sources ont été croisées afin de mener à des informations complètes et représentatives des phénomènes observés.

- Enfin, la validité de construit peut se vérifier quand le chercheur décline correctement son processus de recherche et présente honnêtement les données qu'il a recueillies. Cette partie de mon mémoire est justement consacrée à cette étape indispensable pour garantir la scientificité d'une étude.

Pour assurer la stabilité des données (fiabilité interne) et des résultats crédibles (validité interne) et permettre la réplication de la recherche (fiabilité externe) et le transfert des résultats (validité externe et de construit), l'étude de cas multiple semblait pertinente pour ce mémoire. En effet, confronter deux modèles de reconversion d'anciennes friches industrielles permet de donner au chercheur des pistes de réflexion en trouvant des phénomènes similaires et différents. La comparaison de deux cas est ici l'exercice central. Mais, pour mener à cette comparaison, il a donc fallu mettre en place des techniques de collecte de données.

#### 2.1.4 Les sources de collecte de données

Les données collectées et analysées pour mémoire se basent sur une combinaison de plusieurs techniques d'enquête très utilisée dans les études de cas : les entrevues semi-dirigées avec des acteurs territoriaux très ciblés, la documentation et l'observation, matérialisées grâce à des artefacts physiques (Gagnon, 2005). Ainsi, il s'agit d'un procédé qui est « multidisciplinaire dans la constitution du cadre conceptuel et multimodal dans la constitution des données » (Van der Maren, 1995, p. 198).

- L'entretien individuel semi-dirigé :

Il s'agit d'une des techniques centrales de cette recherche, qui s'inscrit complètement dans notre posture socioconstructiviste, comme en témoigne sa définition.

L'entretien individuel, plus que tout autre dispositif, permet de saisir, au travers de l'interaction entre un chercheur et un sujet, le point de vue des individus, leur compréhension d'une expérience particulière, leur vision du monde, en vue de les rendre explicites, de les comprendre en profondeur ou encore d'en apprendre davantage sur un objet donné. Comme la parole est donnée à l'individu, l'entretien s'avère un instrument privilégié pour mettre au jour sa représentation du monde. (Baribeau et Royer, 2012, p. 26).

De fait, nous donnons aux répondants la possibilité de nous transmettre leurs regards et leurs actions qui construisent la société et l'espace. Les entretiens sont menés sous la forme semi-structurée. Un degré de liberté est laissé au répondant, mais des questions viennent jaloner l'entrevue et donc encadrer la réflexion. La première étape correspond donc à la constitution d'un canevas d'entrevue<sup>3</sup>.

Ces entrevues permettent de collecter des expériences et des analyses du discours des acteurs, de leur perception du potentiel touristique de ces anciennes zones industrielles, les manières d'intégrer ce secteur aux reconversions, ... En croisant ces regards d'individus aux différentes fonctions dans ces territoires des Shops Angus et de Griffintown, des informations intéressantes ressortent. Cependant, la tâche a été ardue. Les cas étudiés sont de petits territoires avec peu d'acteurs avec un lien direct ou indirect avec le tourisme. De plus, plusieurs prises de contacts ont accouché de refus d'entrevue, car certains acteurs ne comprenaient pas l'intérêt d'une étude de ces territoires par le biais du tourisme, surtout à Angus. Mais ces réponses négatives, bien que parfois décourageantes, peuvent avoir signifié une perception négative du secteur touristique par certains acteurs du développement territorial.

Au final, ce sont 6 personnes issues d'organismes à but non lucratif et d'entreprises privées ont accepté de me recevoir pour des entrevues allant de 22minutes pour la plus courte à 50 minutes pour la plus longue, 2 pour les Shops Angus et 5 pour Griffintown. L'un des acteurs connaissait bien les deux territoires. Les différences de temps se justifient par les personnalités variées de nos interlocuteurs et les questions spécifiques qui leur étaient adressées en fonction de leur rôle. De plus, suite aux

---

<sup>3</sup>Voir annexe 1



premières rencontres, certaines questions ont été remodelées ou supprimées, soit par manque d'intérêt pour le sujet, soit par manque de clarté. En ce qui concerne le choix des répondants, la prochaine partie explique comment est constitué l'échantillon.

Entrevue 1 :	36 minutes (07/10/2015), 2 informateurs présents, OBNL
Entrevue 2	25 minutes (09/10/2015), entreprise privée restauration/hôtellerie
Entrevue 3	42 minutes (04/09/2015), résident à l'origine d'une initiative citoyenne
Entrevue 4	50 minutes (22/09/2015) OBNL
Entrevue 5	25 minutes (21/10/2015), entreprises privées restauration/hôtellerie
Entrevue 6	22 minutes OBNL (13/10/2015)

Tableau 5 : Liste des entrevues effectuées, durée, date et type d'acteur

#### - La documentation

Dans la situation où l'entrevue avec les acteurs est la technique centrale de la collecte de donnée, une documentation de sources diverses permet de vérifier les informations relevées auprès des répondants. De même, en travail préalable à ces entrevues, la consultation d'écrits variés (rapports, articles, publications médiatisées, plan d'urbanisme...) permet d'appréhender un contexte avec précision. C'est une étape incontournable pour orienter stratégiquement les questions, mais aussi comprendre toutes les réponses (notamment des acronymes, des noms importants...). Enfin, cela permet de connaître les discours des acteurs importants que nous n'avons pas pu rencontrer (promoteurs immobiliers et Parc Canada notamment). Pour l'analyse des

deux territoires ciblés, en particulier au niveau historique, la documentation s'est basée sur des supports très variés.

- Les sites internet des acteurs principaux cristallisent des discours et font parfois apparaître des oppositions. En effet, au niveau qualitatif, la rubrique récurrente "Notre mission" est une mine qui nous transmet les perceptions, les positions et l'ancrage des acteurs au territoire qu'ils occupent. De même, au niveau quantitatif, certains chiffres clés apparaissent parfois (même s'il faut les analyser finement, car ils font souvent partie du discours).

- Les rapports de bureaux d'études sont une autre source d'informations. À Griffintown, les grands groupes immobiliers demandent à des consultants d'établir des portraits territoriaux. Si le but de ces enquêtes est avant tout commercial, il en ressort des discours intéressants à analyser. De plus, certaines données quantitatives permettent de mieux saisir le contexte.

- Les documents publics, tel que les plans d'urbanisme procurent des données qui peuvent avoir un sens en les croisant avec des observations menées sur le terrain.

- La presse, bien que les articles soient souvent biaisés par le regard du journaliste et les chiffres donnés à révéifier, permet de s'informer des nouvelles de deux territoires en mutation rapide.

- Les photographies d'époque que le site Mc Cord laisse en libre accès offre des témoignages visuels précieux de l'époque industrielle, agrémentées de commentaires d'un historien.

- L'observation directe

Un protocole d'observation mené pendant une certaine période sur un lieu fixe permet de collecter des données formelles (Gagnon, 2005, p. 67). L'axe du canal de Lachine est un terrain privilégié pour mener des observations liées au tourisme. La piste cyclable, notamment, fait partie d'un réseau pratique de transport urbain, mais

vient s'ajouter à cet aspect utilitaire un volet ludique et touristique. Le cyclotourisme au Québec se développe, sous l'impulsion d'une coordination entre un niveau gouvernemental (Tourisme Québec), et un niveau plus local (Tourisme Montréal). La bicyclette s'avère un moyen privilégié de découvrir la ville, et le long du canal de Lachine est un passage adapté au caractère ludique et touristique du cyclisme.

À ce volet d'observation formelle viennent s'ajouter des observations spontanées et jugées pertinentes lors de visites des territoires étudiés.

- Les artefacts physiques

Plusieurs supports physiques concrétisent les informations relevées sur le terrain. Les enregistrements des entrevues permettent une utilisation rigoureuse de ce matériel. Des photographies prises sur les lieux d'observations permettent de concrétiser ces observations et contrebalancent la subjectivité du chercheur en lui permettant de revoir des séquences au-delà du moment de la collecte.

### 2.1.5 L'échantillon

Pour cibler les répondants, il a fallu dans un premier temps faire le recensement des acteurs qui ont un lien direct ou indirect avec le tourisme dans les zones étudiées. Nous avons donc relevé les entreprises qui œuvrent dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration, la culture et les organismes de commerçants et de promotion du quartier comme acteurs en lien évident avec le tourisme. Pour les acteurs en lien indirect avec le tourisme, mais incontournables, nous avons ciblé la Société de Développement Angus, plusieurs promoteurs immobiliers, Parc Canada. En effet, il est indispensable d'interroger ces acteurs centraux pour comprendre au mieux les orientations stratégiques des reconversions. La Société de Développement Angus a, par exemple, été le catalyseur de la reconversion des anciens ateliers du Canadien Pacifique. Enfin, nous avons voulu rencontrer des acteurs qui ne font pas partie des

territoires, mais dont les objectifs sont transversaux à tous les territoires montréalais et qui peuvent apporter une expertise, notamment sur la question du tourisme ou du patrimoine (Tourisme Montréal et des organismes de mise en valeur et protection du patrimoine).

Les Shops Angus ont été un défi, car le secteur touristique y est très peu implanté et beaucoup d'acteurs approchés ont répondu négativement à nos demandes de rencontres. Nous avons donc ciblé les organismes de développement du secteur et rencontré deux travailleurs du Technopôle qui nous ont été d'une grande aide pour la compréhension du territoire. À Griffintown, nous avons connu moins de difficultés et nous avons réussi à rencontrer tous les acteurs que nous avons ciblés. Seul Parc Canada et les promoteurs immobiliers n'ont donné suite à nos requêtes.

Les deux quartiers se situent dans Montréal, mais sont relativement éloignés (environ 8km). Le secteur Angus se trouve à l'Est, dans l'arrondissement de Rosemont-La Petite Patrie, tandis que Griffintown se situe dans l'arrondissement du Sud-Ouest. Alors que les Shops Angus se sont développées le long de la voie ferrée, et assez loin du centre-ville, Griffintown a grandi le long du canal de Lachine, qui fut son principal vecteur de développement, tout proche du centre. À Angus, nous nous concentrons sur le secteur du Technopôle, dont les limites sont la rue Rachel au Sud, le Boulevard Saint-Joseph au Nord, le boulevard Saint-Michel à l'Est et la voie ferrée à l'Ouest. Les cartes qui suivent ont été extraites du logiciel accessible en ligne Google Maps. Les deux territoires ciblés apparaissent en rouge.

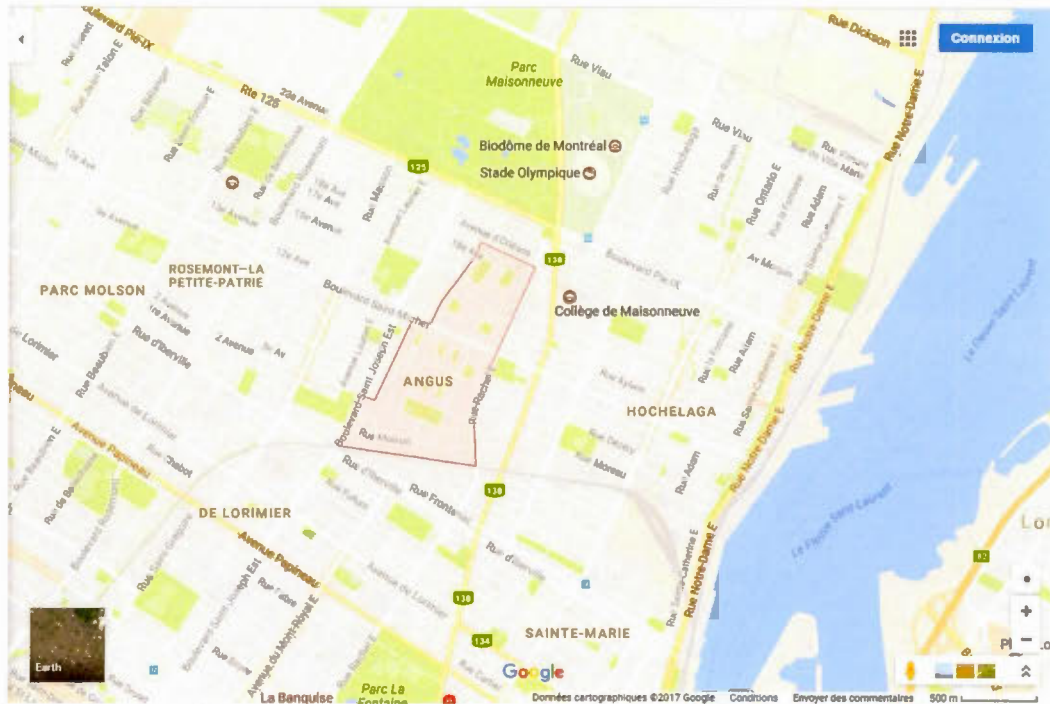


Figure 2.1 : Les Shops Angus, ancienne enclave industrielle de l'Est de Montréal

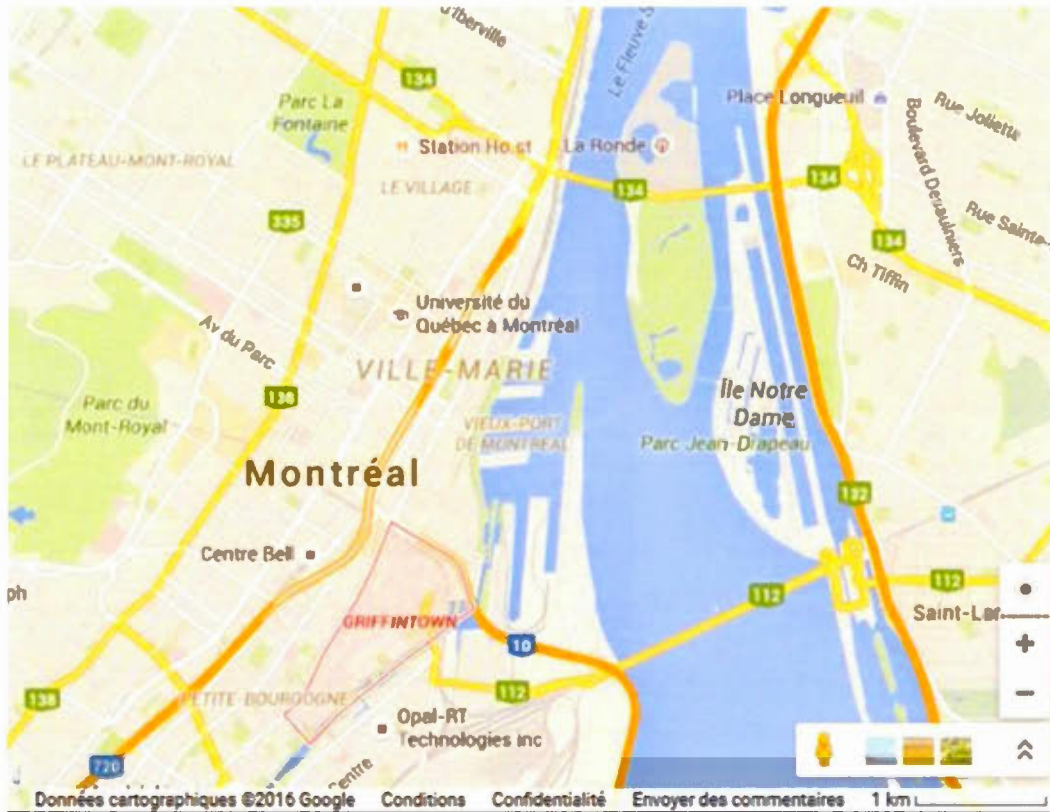


Figure 2.2 : Griffintown, un ancien quartier industriel au pied du centre-ville et du vieux port

Pour diriger la recherche de contacts sur ces deux territoires, l'objectif était d'avoir au moins un acteur issu de la société civile et un acteur issu de l'économie de marché par territoire. Les expériences, analyses et opinions de ces individus aux différents intérêts, représentations et perspectives se trouvent être pertinentes pour l'avancée de ce mémoire.

Les acteurs :	
3 répondants issus d'OBNL : 1 aux Shops Angus, 1 à Griffintown, 1 spécialiste du patrimoine qui connaît bien les deux territoires.	
2 répondants issus d'entreprises privées d'économie de marché en lien direct avec le tourisme (1 hôtel et 1 restaurant de Griffintown)	1 répondant issu d'une initiative citoyenne (Griffintown)

Les entrevues ont duré entre 22 et 50 minutes selon les acteurs. Elles ont été retranscrites mot à mot, puis analysées à l'aide du logiciel Nvivo. Ainsi, les discours sur les reconversions et le tourisme ont pu être codés pour que leur traitement se fasse plus facilement. La constitution d'un arbre thématique s'inscrit dans ce processus, comme une étape fastidieuse, mais primordiale. Cela revient à créer des boîtes dans lesquelles mettre les différentes parties d'un discours. Au niveau pratique, l'arbre thématique permet de trouver très facilement les opinions de chaque acteur sur chaque sujet. De plus, Nvivo présente l'intérêt de pouvoir comparer nos discours d'entrevues aux discours qui proviennent d'autres sources, d'autres documents. Nous avons donc pu codifier des discours d'acteurs que nous n'avons pas pu rencontrer, à travers leurs documents officiels et leurs sites internet.

### 2.1.6 Les limites de notre étude

Une des limites de l'étude de cas se situe dans les lacunes que cette méthode implique dans la généralisation des résultats. L'étude de la particularité du modèle de reconversion des Shops Angus ne fait pas de l'universalité la principale qualité de ce mémoire. Il ne faut pas pour autant tomber dans l'écueil de relever uniquement les éléments qui sont généralisables, car le risque de ne pas analyser des éléments importants des cas étudiés augmente alors. Gagnon conclut, concernant cette limite : « il faut donc accepter que le résultat de l'étude de cas est plus souvent qu'autrement une théorie idiosyncrasique, c'est-à-dire qui concerne un phénomène ou l'un de ses processus spécifiques » (Gagnon, 2005, p. 3). Ce caractère spécifique des résultats explique notamment la difficulté qu'ont rencontrée les précurseurs de cette méthode pour la faire valider comme fiable, dans un contexte d'approches positivistes largement privilégiées.

La principale limite de notre étude en particulier réside dans le faible nombre d'entrevues qui ont été réalisées. Si cela peut s'expliquer par la spécificité de notre approche touristique dans des territoires où ce secteur est peu implanté, cela pourrait enlever, nous en avons conscience, de la validité à nos résultats. Toutefois, le ciblage d'acteurs s'est fait finement et nous avons réussi à rencontrer des acteurs essentiels, dont les réponses nous ont donné du matériel très intéressant à analyser. De plus :

Les entretiens n'ont pas pour but d'être « représentatifs » (...). Le but est de reconstruire l'univers sur lequel on travaille (...), il ne s'agit pas de multiplier les entretiens sans les mettre en relief avec ce que le chercheur possède déjà comme données. C'est la singularité de chaque cas qui est intéressante (Lefèvre, 2006, p. 2).

De même, les refus systématiques de la part de certains acteurs, nous le verrons plus tard, peuvent être interprétés. Plus précisément, un restaurant des Shops Angus (le seul en mesure d'attirer des visiteurs extérieurs au moment de la rédaction de notre mémoire) et des représentants du service de l'urbanisme des deux arrondissements à l'étude n'ont pas donné suite à nos multiples relances. L'erreur fut sans doute de



présenter mon projet dans les études touristiques dans mes premières approches. Dès lors, je me confrontais aux doutes des personnes contactées sur le sérieux et surtout l'utilité de mon travail.

Des limites sont également apparues par rapport aux faibles moyens techniques et financiers. Au niveau technique, le matériel vidéo à disposition ne rend pas de photographies de très grande résolution. Quant au manque de moyens financiers, il implique aussi un manque de moyen humain. Nous ne pouvions pas disposer de plusieurs personnes sur le terrain, ce qui aurait pu être pertinent pour comparer les deux territoires exactement au même moment.

#### 2.1.7 Considérations éthiques

Notre certification éthique nous a été accordée et implique de mener nos recherches en gardant en tête le principe de la préoccupation pour le bien-être. Cela nous pousse à mettre au point une stratégie afin de limiter ou éviter les risques ciblés. Nous avons minimisé le risque d'inconfort professionnel. Tout d'abord, en insistant bien sur la liberté de retrait des participants quand une question les gêne. De plus, lors de la rédaction du questionnaire, nous avons évité les questions qui sollicitent des informations confidentielles (souvent liées au budget) ou encore les questions qui peuvent mettre un employé dans l'inconfort vis-à-vis de son supérieur. Nous avons codifié anonymement nos entrevues et nous ne laisserons pas échapper d'indices qui permettraient de relier les réponses à l'identité du répondant.

Dans mon cas, pour comprendre l'intégration du tourisme dans les anciennes zones industrielles, il est évident qu'il faut se déplacer dans le milieu et en appréhender prioritairement les événements contemporains. Toutefois, un rapide historique des deux territoires étudiés est nécessaire.

### 2.3 Justification des cas : deux anciens territoires industriels et deux choix de reconversion

Après que nous avons présenté notre problématique, nos approches théoriques, et nos choix méthodologiques, nous allons maintenant expliquer le choix de nos cas, pourquoi avoir ciblé les Shops Angus et Griffintown ?

Une mise au point sur l'Histoire, en particulier industrielle, des deux quartiers choisis est nécessaire. En effet, les répercussions des écarts historiques entre ces deux quartiers se sont propagées jusqu'aux choix de reconversions d'aujourd'hui.

- Griffintown, un vieux territoire industriel en crise précoce

Tout d'abord, Griffintown se lie déjà étymologiquement à l'Histoire industrielle du quartier. En effet, le nom de Griffintown provient du nom de famille de Mary Griffin, éminente femme d'affaires dont le mari possédait une usine de savon dans ce secteur (Hanna, 2007). Vers 1800, elle rachète l'ancien fief de Nazareth à Thomas Mac Cord. Cet Irlandais avait pris possession en 1791 de cette terre, qui appartenait au 17<sup>e</sup> siècle et au 18<sup>e</sup> aux Sœurs Hospitalières de l'Hôtel-Dieu.

À partir de la fin des années 1810, Griffintown devient « le berceau industriel de Montréal » (Hanna, 2007, p. 4). Un événement particulier conditionne la poursuite de cet essor au travers du 19<sup>e</sup> siècle : la construction du Canal de Lachine. Ainsi, il est creusé entre 1821 et 1824. Il s'agit d'un élément constituant dans la construction du territoire. Des ouvriers irlandais, population immigrante nombreuse à l'époque, sont engagés pour la construction du canal. Ils s'établissent alors dans le quartier et travaillent dans les entrepôts et usines qui s'implantent dans le secteur. Au milieu du 19<sup>e</sup> siècle, une série d'aménagement sur le canal permet au secteur d'en bénéficier encore plus. Il est agrandi, afin d'autoriser le passage des océaniques vers les Grands Lacs. La construction de quais et de bassins favorise le transit des marchandises. De plus, deux lots qui bénéficient de l'énergie hydraulique grâce au canal sont mis en

vente. Selon Hanna (2007), on peut considérer ces deux sites comme les premiers parcs industriels formellement organisés au Canada. Au canal s'ajoutent les chemins de fer du Grand tronç. À partir de 1871, ils traversent Griffintown et rejoignent Toronto, et, en 1880 vont jusqu'à Chicago.

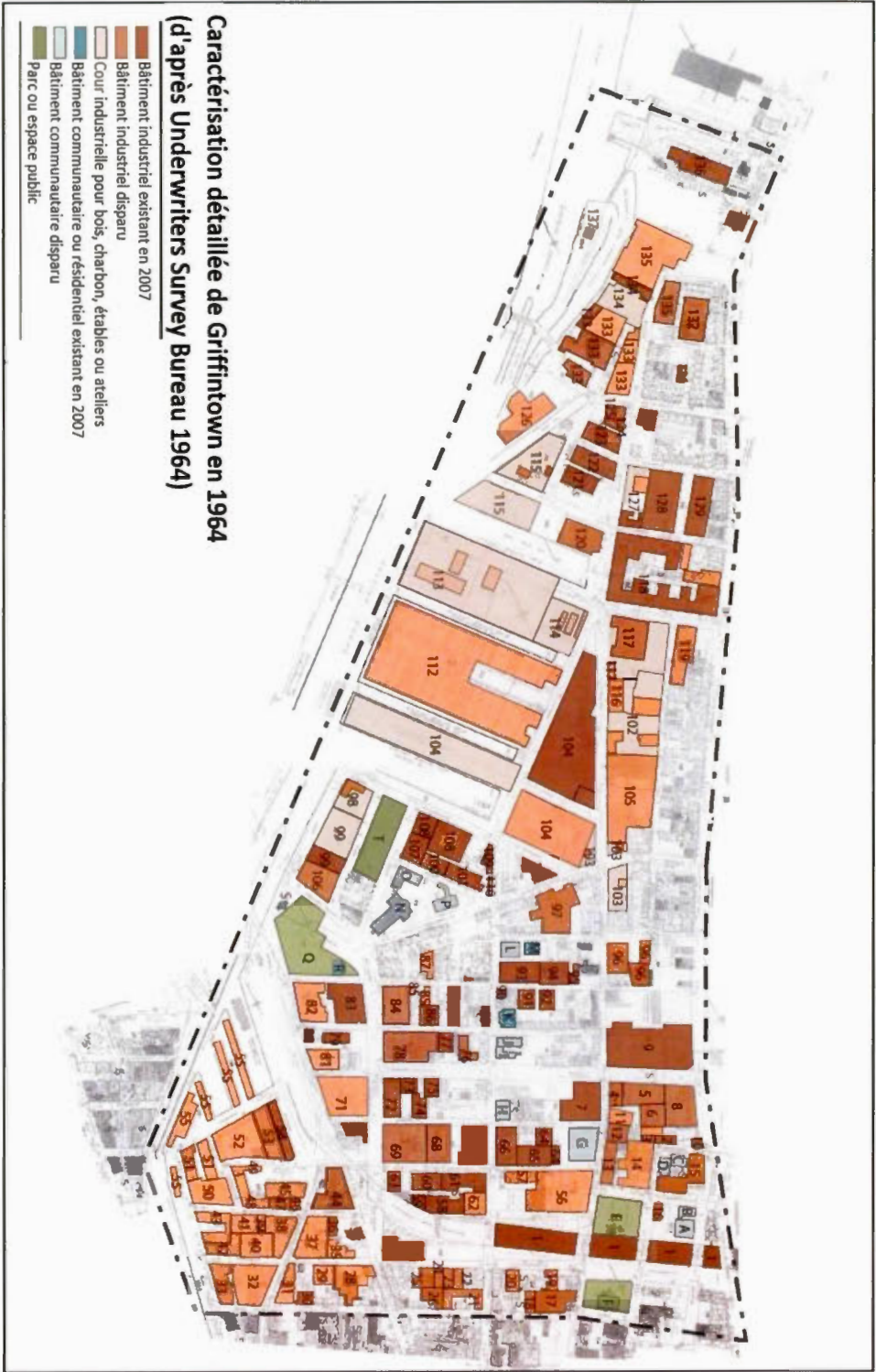


Figure 2.3 : le Canal de Lachine et Griffintown en 1896, Vue de Montréal depuis la cheminée de la centrale de la Montreal Street Railway, QC, Musée Mc Cord

Fort de deux axes de transports importants, d'une base de population ouvrière et de nombreuses usines, Griffintown poursuit son développement industriel. Toutefois, le développement humain ne suit pas tout de suite, avec des conditions de travail déplorables et une forte pauvreté de la classe des travailleurs, qui se devinent notamment par un taux de mortalité infantile extrêmement haut à Montréal (34/1000 en 1875, le plus haut d'Amérique du Nord) (Hanna, 2007). Ce contexte social et humain très dur ne freine pas le développement économique de Griffintown : de 53 industries en 1861, leur nombre passe à 67 en 1890 et à 73 en 1929. Pour un territoire de petite taille, cela signifie une concentration très importante. Dans les premières décennies du 20<sup>e</sup> siècle, porté par l'industrie métallurgique, les brasseries, l'industrie

chimique et l'émergence du textile et des télécommunications, la prospérité de Griffintown semble assurée pour les années à venir. Toutefois, Griffintown n'est plus le cœur industriel de Montréal. Le secteur est concurrencé par l'ouverture d'ateliers dans de « nouveaux » quartiers populaires de la métropole. Alors qu'un tiers des usines montréalaises étaient concentrées dans Griffintown en 1861, moins d'un dixième y sont établis en 1929 (Hanna, 2007). Tout au long du 20<sup>e</sup> siècle, Griffintown s'éteint peu à peu. Les industries lourdes ne sont plus adaptées au contexte économique global, et, après le sursaut de la Deuxième Guerre mondiale, de nombreuses usines ferment leur porte et, mis à part une population d'« irréductibles » Irlandais, les habitants migrent vers d'autres quartiers de Montréal. En 1964, les écluses du côté « port » du Canal sont closes, et en 1972, celles de l'autre côté le sont aussi. Le canal de Lachine, qui a porté le développement industriel de Montréal et du Canada, devient inutile dans cette économie en transformation. De plus, la construction de l'autoroute Bonaventure à partir de 1965 entraîne la destruction de nombreuses maisons et entreprises. Entre 1960 et 1990, peu d'événements positifs pour le développement de Griffintown surviennent, si ce n'est l'acquisition en 1978 du Canal de Lachine par Parcs Canada (Hanna, 2007). La figure 6, à la page suivante, témoigne de cette désaffection. La majorité des bâtiments industriels présents à la fin des années 1960 ont disparu, tout comme les bâtiments communautaires. Ainsi, jusqu'en 1990, Griffintown est un territoire en crise, une succession de friches industrielles au pied du centre-ville. À partir de 1990, la Ville se réintéresse à ce secteur pour le 350<sup>e</sup> anniversaire de Montréal, en 1992. Mais les premiers pas sont timides, et concernent essentiellement une remise à neuf des rues encore habitées, et il n'y a pas encore beaucoup de projets de réhabilitation des zones industrielles. Cela arrivera plus tard, au cours des années 2000.

Figure 2.4 : caractérisation détaillée de l'occupation des sols de Griffintown en 1964 : la très forte implantation de l'industrie par rapport à 2007 ; tiré de Hanna, 2007



- Les Shops Angus, de l'essor à la chute du transport ferroviaire.

Contrairement à Griffintown, l'Histoire du secteur Angus n'est pas si ancienne. En effet, entre 1882 et 1902, le Canadian Pacific Railway fait l'acquisition des terres où se dresseront les ateliers Angus (Lafférière et Vallée, 1998, p.10). En 1904, les usines ouvrent leurs portes, y travaillent alors 3000 ouvriers. Ces gigantesques ateliers de fabrication de se locomotives et matériels ferroviaires structurent le quartier qui les entoure. Ainsi, il faut noter que Rosemont tient son nom du prénom de la mère d'un des acteurs principaux du projet, Herbet Samuel Holt. Concernant les conditions de travail, le confort, la sécurité et la modernité des équipements et des locaux sont jugés excellents pour l'époque. De plus, une prise en charge du prolétariat par le patronage transparait dans la gestion des Shops Angus :

Le Canadian Pacific Railway offre sur place un centre d'apprentissage pour ses employés, des équipements de loisir, une bibliothèque, un magasin, une banque, de même qu'un hôpital, un poste de police et deux stations de pompier » (Lafférière et Vallée, 1998, p. 11)

De fait, les patrons des ateliers tentent « d'instaurer un climat de confiance qui fera adhérer les ouvriers aux œuvres qu'on leur accorde » (Charles, 1991, p.308), et installent donc une forme de paternalisme. Ce complexe industriel, le plus étendu du Canada (Lafférière et Vallée, 1998, p. 11), constitue une véritable « ville dans la ville ». Jusqu'à 7000 personnes y travaillent à la fin des années 1950. Pourtant, comme dans tous les pays occidentaux, les mutations économiques entraînent une crise du secteur industriel dans la deuxième moitié du 20<sup>e</sup> siècle. Dans le cas des Shops Angus, la crise s'explique par un désintérêt de l'Etat pour le transport ferroviaire et l'émergence de la conteneurisation qui favorise le transport par camion, moins couteux et plus flexible. Dans les années 1960, la production décline et s'arrête, la fabrication de locomotives et matériels ferroviaires est remplacée par des activités de réparation. Cela nécessite moins d'espace et de main-d'œuvre. Ainsi, en 1970, une partie des ateliers ferme et se transforme alors en immense friche industrielle (Lafférière et Vallée, 1998, p. 12). Le Canadien Pacifique réfléchit alors à

la manière de limiter les dégâts financiers. Finalement, en 1978, par l'entremise de sa filiale immobilière, le groupe Marathon, il lance un vaste projet immobilier et commercial. Entre condos et immense centre commercial, les habitants de Rosemont craignent les répercussions des nouvelles ambitions du Canadien Pacifique. Les citoyens obtiennent gain de cause, puisque le Canadien Pacifique abandonne le projet en 1980. Le gouvernement du Québec achète les terrains. Des organismes communautaires obtiennent la construction d'unités d'HLM. Les derniers ateliers arrêtent leurs activités en 1992. Enfin, en 1995, la Ville, le Canadien Pacifique et le Comité de Développement Economique Communautaire (CDEC) de Rosemont-la-Petite-Patrie négocient pour le partage des terrains en deux parties : une zone résidentielle et une zone industrielle, afin de recréer un pôle d'emploi pour les populations du quartier qui ont souffert de la fermeture des *shops*. Le CDEC obtient gain de cause et achète la partie industrielle. La Société de Développement Angus est alors spécialement créée pour créer un technopôle, privilégiant l'implantation de petites et moyennes entreprises, dans des secteurs de pointe. La flexibilité et la pluralité des entreprises deviennent alors des moyens d'éviter une crise pour le quartier, telle qu'il l'a connu quand les shops ont fermé leurs portes.

Des points communs et des différences historiques et actuelles qui justifient le choix de ces cas

Ces rappels historiques, avant de se concentrer sur l'état actuel des choses, sont nécessaires. Ils permettent de mettre en évidence des points communs et des différences entre les deux territoires.

Au niveau des points communs, nous sommes confrontés à deux territoires qui se sont développés industriellement grâce à la situation de carrefour qu'occupait Montréal. Griffintown s'est développé grâce à l'axe de transport maritime que constituait le canal de Lachine, et a bénéficié du passage de voies ferrées dans son secteur. Les Shops Angus se sont développées le long des voies ferrées du Canadien

Pacifique, et le transport ferroviaire était au cœur de la production des ateliers. Les deux territoires étudiés ont subi de plein fouet la désindustrialisation, crise accentuée par leur dépendance à des axes de transport tombés en désuétude, avec la fermeture du canal de Lachine et le déclin du transport ferroviaire. De plus, les impacts néfastes de la crise se sont propagés bien au-delà de la sphère économique. En effet, « la crise provoquée par l'obsolescence industrielle dans les zones de première industrialisation enclenche un processus de dévitalisation socioéconomiques des communautés qui habitent ces zones » (Fontan et Klein, 2003, p.15). Enfin, les deux territoires se sont tous les deux structurés autour de l'industrie. Les shops Angus sont profondément liées au quartier qui a grandi autour, Rosemont. Griffintown puise son identité territoriale dans cette période où le quartier fut l'un des cœurs industriels de Montréal.

Toutefois, si ces espaces se ressemblent sur certains points, d'autres les différencient, voire les opposent. Au niveau de l'ancienneté de l'implantation et donc de l'épaisseur historique, Griffintown se trouve être un territoire qui s'est constitué tôt dans l'avènement du Montréal industriel. Les Shops Angus sont le fruit d'une volonté de créer de nouveaux quartiers industriels au début du 20<sup>e</sup> siècle, pour s'éloigner des anciens territoires voués à l'industrie, densément bâtis et pollués. Cette cinquantaine d'années d'écart devient relativement importante au regard de Montréal, qui reste une « jeune » ville de 375 ans. Griffintown accueille des flux migratoires qu'on peut retrouver partout en Amérique du Nord. En effet, la communauté ouvrière irlandaise construit le développement industriel du quartier, comme elle l'a fait à Boston, NewYork, etc.

Au niveau économique, des différences majeures existent également. En effet, Griffintown se distingue par la pluralité des productions qui ont lieu sur son territoire. Au contraire, les Shops Angus se spécialisent dans un secteur très précis : le secteur ferroviaire. Pour ce qui est du contexte social, les conditions de vie et de travail sont diamétralement opposées. Alors qu'aux Shops Angus, les travailleurs œuvrent et



vivent dans des conditions très décentes, Griffintown se caractérise par la dureté du travail et les bas salaires pour les ouvriers issus de l'immigration irlandaise.

Ces écarts au niveau historiques ont des incidences sur les modes de reconversion choisis par la suite. Ainsi, si on utilise la triplicité de la production de l'espace d'Henri Lefebvre pour interpréter la situation (1974), l'évolution distincte des deux territoires en a fait des espaces perçus par des représentations différentes. Avant la reconversion, Griffintown était associée à des images très négatives (abandon, déviance, danger...) alors que les Shops Angus bénéficiaient d'une image plus positive, du fait d'une crise récente et d'une imbrication dans un quartier très peuplé.

En effet, si on emprunte le vocabulaire de Raffestin (2012), Griffintown s'est *déterritorialisé* rapidement, victime des prémices de la crise du Fordisme dans les années 1960. Le long abandon, la pauvreté des habitants et leur faible nombre a orienté sa reconversion par des géants de l'immobilier, avec beaucoup de moyens financiers et des logiques de destruction-reconstruction plutôt que réhabilitation. Griffintown s'est reterritorialisé sous l'effet d'arrivée de flux de capitaux exogènes.

Les Shops Angus, de leurs côtés, sont abandonnées très tardivement et n'ont pas le temps de beaucoup se dégrader. En outre, les populations d'anciens employés se structurent et se solidarisent pour orienter les reconversions vers un mode de reconversion centré sur le territoire et l'inclusion des populations locales.

Nous avons donc fait le choix d'étudier les cas de Griffintown et des Shops Angus car ils constituent tous les deux des territoires symboles de l'essor industriel de Montréal, et par la suite, de la crise industrielle. Toutefois, leurs différences historiques expliquent, en partie, des choix de reconversion diamétralement opposés. Selon nous, comparer deux modèles si contrastés se trouve être un facteur de justification de leur choix. En effet, ces écarts permettent de réaliser une étude plus riche et plus complète que si nous nous étions concentrés sur un seul de ces territoires, ou un seul type de reconversion. De plus, pragmatiquement, la question

touristique n'est que peu intégrée dans les reconversions de ces deux territoires, et nous n'aurions peut-être pas eu le matériel nécessaire pour réaliser tout un mémoire.

La présentation de la méthodologie a expliqué les procédés de notre étude et le choix de nos cas se justifie historiquement. Nous allons donc présenter les résultats dans le chapitre suivant, avant de conclure notre réflexion par leur discussion.

### CHAPITRE III : PRESENTATION DES RESULTATS

Le tourisme urbain se développe dans les anciens territoires industriels de certaines villes. Dans les zones en reconversion montréalaises, aucun cas de mise en tourisme ne nous est apparu évident et intégré au système touristique de la ville de Montréal. Cette hypothèse demande d'être vérifiée sur le terrain. Le troisième chapitre est donc consacré à l'étude de la relation tourisme-reconversion sur deux territoires montréalais, Angus et Griffintown. Dans ce chapitre, nous allons donc présenter les résultats de nos études de cas. Premièrement, rencontrer certains acteurs du développement de ces quartiers a permis de mettre de l'avant comment ils perçoivent la reconversion de leur territoire. En croisant leur regard avec une documentation ciblée et nos observations, nous essayons de dresser un état des lieux des reconversions des Shops Angus et de Griffintown. Cette partie vise à comprendre quels acteurs orientent la reterritorialisation. Nous cherchons également à mettre en lumière comment ceux que nous avons rencontrés jugent la reconversion de leur quartier : si les modalités de redéveloppement leur conviennent ou s'ils constatent des limites. De même, nous allons tenter de révéler comment nos informateurs et les autres acteurs s'impliquent dans la reconversion de leur quartier. Les objectifs de cette partie, qui la structurent et la dirigent, visent à comprendre quelles nouvelles territorialités sont produites, par qui, pourquoi et comment. Après avoir décrit le jeu des acteurs, leur vision des forces et faiblesses des deux reconversions, et dressé le portrait des reconversions, nous allons présenter un portrait touristique de ces territoires. Nos entrevues, nos observations et la recherches documentaire mettent en lumière les perceptions du tourisme dans ces territoires et si ce secteur s'arrime ou non aux processus de reconversion. Après avoir présenté ces résultats, nous discuterons de leurs implications (Chapitre 4).

### 3.1 Les reconversions des Shops Angus et de Griffintown

#### 3.1.1 La reconversion des Shops Angus

Le progressif abandon des Shops Angus dans les années 1980 et début 1990 dévoile les risques que courent les territoires mono industriels. Après la chute des ateliers, le projet du Technopole se construit afin d'éviter qu'une telle crise frappe de nouveau Rosemont et pour créer de l'emploi. Par conséquent, des organismes communautaires se mobilisent, pour que la reterritorialisation du quartier fournisse du travail aux populations locales. Au cours d'une entrevue, un informateur qui travaille dans le technopôle nous explique l'importance de l'organisme de la Société de Développement Angus dans le processus de revitalisation et son but principal :

La SDA a été créée pour revaloriser l'ancien secteur des ateliers Angus qui avaient fermé en 1992. Pis l'objectif de la revitalisation, le premier, était de recréer de l'emploi pour la population locale qui avait perdu son emploi. Aujourd'hui il y a 55 entreprises qui sont implantées dans le secteur qu'on a renommé le technopôle Angus. (Entrevue 1)

Cette implication de la société civile et l'engagement populaire autour de la reconversion de ces lieux peuvent s'expliquer par sa situation géographique d'îlot industriel au milieu d'un quartier populaire. Cette imbrication du lieu de travail dans un lieu de vie a semblé favoriser l'implication des populations dans la reconversion des ateliers Angus. Ce particularisme est mentionné par un gestionnaire d'OBNL que nous avons rencontré :

Bon, les shops Angus, c'est un peu particulier parce que c'est une enclave du Canadien Pacifique, c'est peut-être moins connecté que d'autres sites industriels, c'est assez particulier, mais c'est sûr qu'on s'est intéressés à ça et dans bien des cas on s'est posé la question, comment on donne un second souffle à ces ensembles autrement qu'en gardant des petits vestiges ici, des reliques là... (Entrevue 6)

Le « second souffle » des Shops Angus est venu des initiatives de la société civile, dont les actions ont transformé une immense friche industrielle en pôle d'emploi axé sur le secteur des technologies de pointe. Pour étudier cette reconversion en

technopole, nous pouvons nous appuyer sur l'approche de la mobilisation des ressources. En effet, le contexte s'y prête :

Selon cette approche, l'émergence d'une action collective de mobilisation sociale fait généralement suite à une crise socioéconomique ou sociopolitique qui amène une part importante des individus d'une collectivité à se sentir marginalisée. (Fontan et Klein, 2003, p. 16).

La fermeture d'une partie des ateliers Angus en 1970 confirme la pertinence de cette approche, puisque cet évènement marque le point de départ d'une série de contestations et de victoires de la société civile locale. Le retrait des projets immobiliers démesurés (centres commerciaux et condos) du groupe Marathon en 1980 représente le premier succès des revendications citoyennes pour les usages de ce territoire (Lafférière et Vallée, 1998). Un organisme communautaire se fait porte-parole de la société civile pour que la réhabilitation soit bénéfique aux populations locales. De fait, en 1990, « des citoyens de Rosemont–La Petite-Patrie ont créé une Corporation de développement économique communautaire, une CDEC. Fouettés par la fermeture des shop Angus, ils voulaient participer à une relance économique de leur communauté » (Lavertu et Lalonde, 2012, p. 9). Cet acteur issu de la société civile émerge à la fin de l'activité productive d'un acteur économique central dans le quartier. Dans un premier temps, la mobilisation des acteurs de la société civile est « réactive », face à « une réalité devenue irrévocable et insupportable » (Lévesque, 2003, p. 104). Puis, alors que les derniers ateliers ferment leurs portes en 1992, l'organisme à but non lucratif décide de créer la Société de Développement Angus afin de se montrer plus efficace dans les négociations avec le Canadien Pacifique et la Ville. Choix payant, puisque la SDA finit par obtenir du Canadien Pacifique la moitié des terrains pour en faire une nouvelle zone industrielle. Cette période représente le deuxième moment de la mobilisation des acteurs locaux, la « mobilisation autour d'un projet » (Lévesque, 2003, p. 105). En 1998, l'accord final est signé. La SDA se retrouve alors propriétaire d'une friche industrielle de 250 000 m<sup>2</sup> à réhabiliter avec l'objectif d'impliquer les habitants de Rosemont. La création d'un technopôle convainc les décideurs et mène au succès des négociations. Le projet est très solide et

le fait que la SDA dispose des terrains lui assure une source de revenus importante et donc une marge de manœuvre intéressante. Ainsi, Klein et Fontan décrivent :

Le Technopôle Angus, orienté vers le développement de la collectivité locale, représente beaucoup plus un parc industriel ou un projet économique. Ses promoteurs ont réussi à établir une relation synergique entre des acteurs ancrés dans l'Est de Montréal, et des acteurs extérieurs à cette zone aussi bien publics que privés, élargissant le bassin des ressources mobilisables (Klein et Fontan, 2003, p. 27).

La SDA parvient ainsi à rassembler et mettre en valeur les ressources du territoire (travailleurs, entreprises, bâtiments, associations, passé...) tout en ne se limitant pas à cela et en allant chercher des ressources d'acteurs extérieurs au territoire (nouvelles entreprises, programmes d'aides provinciaux et fédéraux...).

Le territoire des ateliers Angus est donc marqué par une crise industrielle. Face à cette situation, des acteurs locaux réussissent à peser dans les décisions pour finalement orienter la reconversion des anciennes shops Angus vers une zone industrielle à haute teneur technologique. Éviter le piège de la mono-industrie a toujours semblé au cœur du projet, comme le confirme cet employé de la SDA :

L'objectif de la SDA était de recréer de l'emploi, mais pas refaire la même erreur, c'est-à-dire de se concentrer dans un secteur seulement, mais plutôt de multiplier les secteurs. Pour que si jamais y avait un secteur qui tombait dans le futur, que ça allait pas affecter toute la population du territoire. (Entrevue 1)

Plus de 20 ans après la fermeture des ateliers, la crise reste dans les esprits et marque encore les discours de ceux qui y travaillent. L'ampleur du traumatisme oriente pourtant positivement la reconversion de ce territoire. Au niveau économique, la SDA vise à créer un territoire favorable à l'installation de petites et moyennes entreprises, qui ne reproduisent donc pas le modèle très peu flexible des anciens ateliers du Canadien Pacifique et qui s'inscrivent dans la démarche de développement territorial. Ainsi, les entreprises qui se sont installées ont permis de redynamiser le territoire en offrant du travail dans des secteurs porteurs et diversifiés. Au niveau social, l'ouverture d'un Carrefour de l'économie sociale ancre le technopôle dans une démarche inclusive. Ainsi, l'installation d'une école d'informatique pour adultes à but non lucratif et d'entreprises d'économie sociale œuvre pour l'inclusion par la

formation et le travail des populations les plus vulnérables au chômage et à la pauvreté. La photo ci-dessous (Figure 7) illustre ce processus, avec la devanture d'une entreprise de réinsertion « Le Cafeshop », une cantine / traiteur. Comme une revendication, on aperçoit, posée sur le toit, l'inscription du Carrefour de l'économie sociale Angus.



Figure 3.1 : Photographie du carrefour de l'économie sociale, Shops Angus, 2016

Ce territoire est donc érigé en modèle de ce que peut apporter la société civile au développement d'un territoire (Fontan et Klein, 2003 ; Germain, Rose et Twigge-Molecey, 2010), en premier lieu par la CDEC qui a offert une structure pour réagir face à la crise, puis la SDA qui s'est chargée de mettre sur pied un programme de redéveloppement. Pourtant, un des répondants souligne :

Ce qui est là est remarquable à plusieurs égards, il faut pas oublier que ça devait être complètement rasé, remplacé par un centre commercial immense qui aurait sans doute dévasté les rues autour et tout ça, c'est terrible. Donc, Shops Angus, en soi, c'est un grand gain, mais quand on regarde qu'est-ce qu'on avait en main il y a encore 20 ans, me semble qu'on aurait pu être un petit peu plus puissant puis, tsais, faire moins de neuf... (Entrevue 6)

En ne niant pas les succès de la SDA, ce dirigeant d'OBNL montréalais évoque quelques problèmes patrimoniaux dans la reconversion des Shops Angus :

T'sais on va aux Shops Angus et on se dit, tsais, il y avait 12 000 personnes qui travaillaient là... Aujourd'hui, on a quelques fragments de la Locoshop. C'est difficile de communiquer la puissance de ces endroits-là, qui étaient vraiment des ensembles à l'échelle d'un continent, voire d'un Empire, puisque le Canadien Pacifique c'était le système de transport intégré, premier système de transport intégré au monde, ferroviaire-bateau, et après ça ils vont ajouter les avions, mais il faut attendre de les inventer. Et, c'est un... les Shops Angus, c'était comme l'atelier de sortie pour alimenter en matériel tout le réseau. C'est vraiment extraordinaire, quand on y pense... Mais quand on va sur place, on a tellement « domesticisé » cet endroit qu'on oublie la grande aventure à laquelle il participe. (Entrevue 6)

Selon ce répondant, le gigantisme et le rôle central joué par les Shops Angus pendant des décennies n'apparaissent pas totalement dans la reconversion. Cela peut apparaître comme une limite au développement territorial du technopôle, car les ressources spécifiques des territoires, en partie, « résultent d'une histoire longue, d'une accumulation de mémoire, d'un apprentissage collectif cognitif » (Colletis et Pecqueur, 2004, p. 6). Or, aujourd'hui, peu d'éléments expriment la place prépondérante occupée par les Shops Angus dans l'économie canadienne. S'il admet des efforts consentis en conservant quelques éléments industriels, il les juge légers :

C'est vrai qu'il reste des ponts roulants, des choses comme ça, mais on est au niveau des relais qui n'ont pas toute la capacité de proclamer la grande aventure qui émanait de cet endroit-là. Alors peut-être qu'il y a des photos, je peux imaginer, mais c'est très local dans le fond. (Entrevue 6)

De fait, par rapport à la superficie du site, peu de vestiges des ateliers subsistent. La taille et le coût des travaux à effectuer pour les reconvertir pour d'autres usages auraient été trop importants. Pour conclure, selon les acteurs rencontrés et nos observations, nous sommes face à un territoire orienté vers la reprise économique dont la reconversion est menée par des logiques inclusives. En revanche, la territorialité du Technopôle nous paraît davantage créée par les travailleurs que par la population rosemontoise. En effet, la mise en place des fonctions sociales et économiques du territoire prédomine. Une cinquantaine d'entreprises qui



gènèrent 2000 emplois est déjà installée. Le deuxième volet du projet est en gestation depuis 2013 (voir photographies) :

Il s'agit de développer les terrains encore vacants du site (550 000 pieds carrés) dans une perspective de mixité et de développement durable : mixité des fonctions de travail, de commerce et de logement; qualité de vie des travailleurs et des résidents; création et animation d'espaces publics; intégration de différentes technologies environnementales d'avant-garde qui dépasseront les normes en vigueur dans le bâtiment durable.<sup>4</sup> (Site internet de la Société de Développement Angus)



Figure 3.2 : Photographie d'origine, 2015 : l'espace vacant de la Phase 2

Cette photographie illustre l'immensité (pour Montréal) des terrains qu'il reste à développer et les opportunités que cette réserve foncière offre au développement territorial des Shops Angus.

---

<sup>4</sup><http://www.sda-angus.com/projets/34c158c626bb/technopole-angus>



Figure 3.3: Prévion de la Phase 2 du Technopôle Angus (site internet du Technopôle<sup>5</sup>)

Les anciens ateliers Angus continuent donc de se développer, sous l'impulsion d'un leader de la société civile, la SDA. L'OBNL poursuit le projet de développement territorial et durable et, après la revitalisation économique, vise à resocialiser le quartier, comme le montre la figure 3.3. Toutefois, la reconversion des Shops Angus, très documentée, commentée et analysée présente des particularismes qui en font un *laboratoire à ciel ouvert* de pratiques de développement innovantes. La spécificité de ce cas fait qu'il ne reflète pas encore la voie de revitalisation la plus empruntée. À présent, nous allons donc analyser les résultats de l'étude du cas Griffintown, qui dévoilent une autre logique de reconversion.

### 3.1.2 La reconversion de Griffintown

Nous avons constaté dans les parties précédentes des différences historiques dans l'établissement industriel des deux quartiers étudiés. Ces différences ont mené à une désaffectation de Griffintown qui a lieu plus tôt qu'à Angus. Cette désaffectation précoce

<sup>5</sup><http://www.technopoleangus.com/phase-2/>

a pour conséquence un abandon plus long des bâtiments industriels. Ce long abandon génère un état de délabrement plus avancé et une augmentation des coûts de réhabilitation. La reconversion du quartier a donc été tardive et dirigée par des grands groupes immobiliers qui disposent des moyens financiers pour mener des chantiers coûteux. Au-delà de l'immobilier résidentiel qui érige les tours d'habitation, les projets d'urbanisme portés par la ville de Montréal pour Griffintown sont colossaux. L'abaissement de l'autoroute Bonaventure en est l'exemple le plus récent. La profondeur de la restructuration du quartier se lit à travers cet extrait du discours de la ville de Montréal sur son site internet :

Avec la transformation de l'autoroute Bonaventure en boulevard urbain, la construction de quelque 3 000 logements et la consolidation de l'École de technologie supérieure (ÉTS) de Montréal, Griffintown est en voie de profonde transformation. La Ville de Montréal procédera à des interventions innovantes en matière d'aménagement du domaine public, ce qui mettra en valeur les caractéristiques de cette ancienne zone industrielle. La Ville prévoit ainsi investir 93 millions de dollars dans les aménagements publics en plus des 26 M\$ alloués à la valorisation de la promenade Smith. (Ville de Montréal, s.d.<sup>6</sup>)

La ville s'engage à investir des sommes conséquentes dans la refonte de l'espace public et reconnaît le territoire comme « ancienne zone industrielle ». Les transformations opérées sur ce territoire proviennent donc d'investissements publics et privés. Ces projets sont jugés très différemment selon les acteurs rencontrés. Lors des entrevues, nous avons constaté que les avis divergent selon leur profession, leur résidence – ou non – dans le quartier et l'ancienneté de leur fréquentation de Griffintown.

En premier lieu, le dynamisme et l'ampleur des transformations menées dans le quartier Griffintown interpellent des gestionnaires du secteur de l'hôtellerie et de la restauration que nous avons rencontrés. Elles vivent et ressentent la reconversion du quartier comme un projet stimulant et vivant. En effet, comme deux répondants de cette catégorie le mentionnent :

---

<sup>6</sup>[http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?\\_pageid=9517,123327596&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=9517,123327596&_dad=portal&_schema=PORTAL)

Il va y avoir des restaurants, il y en a déjà des restaurants qui sont très intéressants, mais t'sais les petits cafés et justement les espaces verts pour aller prendre une marche, aller prendre son lunch et il y a la proximité avec l'eau. Donc honnêtement pour moi c'est le quartier « Win-Win » de Montréal pis comme je vous dis, il y a le désir de garder ça et de faire quelque chose de beau ici. Autant par les gens du quartier de l'innovation qui veulent utiliser le quartier pour qu'on se démarque avec les technologies, des événements qui vont être créés. On a l'ETS qui est juste là avec des jeunes créateurs de toutes sortes de choses, donc c'est très l'fun, c'est très vivant comme quartier. (Entrevue 4).

C'est super intéressant de marcher sur la rue Notre-Dame, il y a toujours un nouveau truc qui ouvre, il y a toujours un nouveau resto, une nouvelle boutique, un nouveau... il y a toujours quelque chose de nouveau, alors c'est ça qui est... que je trouve stimulant dans ce quartier-là, parce que t'es toujours surpris par un nouveau truc. C'est en méga-développement et c'est le souci du surpassement. Donc chaque petit commerce qui ouvre, que ça soit un resto, que ça soit un café, un salon de coiffure, tu vois qu'il y a un souci de surpassement. (Entrevue 2)

Un répondant impliqué dans la communauté de Griffintown corrobore les propos de ces gestionnaires : « Il y'a une effervescence dans la création d'un nouveau quartier, dans la revitalisation, dans le renouveau, à la renaissance... C'est vraiment très stimulant. » (Entrevue 3)

Dans ces extraits d'entretien, plusieurs éléments témoignent de l'ampleur de l'évolution de Griffintown. Ils dévoilent quelques marqueurs de la reconversion de cet ancien quartier industriel. Le caractère « stimulant » du contexte est mis de l'avant par deux répondants aux profils différents. La croissance et la diversification du secteur de la restauration, les projets d'aménagement de l'espace public à travers l'ouverture de parcs et de promenades, la construction d'une identité autour du canal de Lachine et l'apport d'une école d'ingénieur (l'École de Technologie Supérieure) sont révélateurs de changements structurels en cours. De plus, dans ces trois discours, l'emploi du futur proche et les champs lexicaux de la nouveauté et de la victoire transmettent la perception d'un territoire de projets, d'un territoire qui gagne. Les ressources des investisseurs privés et des investisseurs publics injectées dans le quartier sont massives et permettent de constater des évolutions rapides. Parler de « méga-développement » comme le fait un des répondants n'est pas anodin et démontre encore une mutation rapide et profonde. En complément d'analyse, le

discours des grands promoteurs de Griffintown peut apporter des clés de compréhension des évolutions de ce territoire. Le promoteur immobilier Devimco se distingue des autres par la taille de son projet phare, District Griffin. Le créateur du quartier Dix30 à Brossard tient un discours dont il est difficile de retirer des éléments objectifs concernant la reconversion. En effet, les communications du groupe sont axées sur la vente de leur projet et la promotion de leur entreprise :

District Griffin représente aujourd'hui le projet immobilier le plus avant-gardiste de l'île de Montréal avec ses tours de condos, ses boutiques, son hôtel, son parc et son emplacement stratégique aux abords du centre-ville de Montréal, du bassin Peel et du Vieux-Montréal. À lui seul, le projet District Griffin représente l'emblème de l'avant-gardisme de Devimco et de son expertise en matière de projets urbains alliant une pluralité d'usages. (Site internet de Devimco, sd)

Le service marketing de Devimco met en lumière les caractères complet et novateur de District Griffin. Le promoteur s'enorgueillit également de respecter le patrimoine historique de Griffintown :

la vision de Devimco pour Griffintown en est une de revalorisation d'un secteur charnière du centre-ville par l'implantation de résidences, de commerces, d'espaces de bureaux, d'appartements et d'hôtels selon une trame urbaine qui reprend les thèmes architecturaux propres à ce quartier historique (Site internet de Devimco, sd)

Ces discours publicitaires sont écrits pour vendre des condominiums, des bureaux et des locaux commerciaux, pour convaincre les clients et les citoyens montréalais du bien-fondé de leurs actions. Selon eux, les reconversions qu'ils entreprennent témoigneraient donc du passé industriel du quartier. Or, ils paraissent davantage dans une démarche de démolition/construction que de réhabilitation. La ligne de défense face aux accusations de non-respect du patrimoine de la ville se construit sur deux principaux arguments. En premier lieu, l'utilisation de certains matériaux dans la construction des tours de condos évoquerait la période industrielle (brique rouge et ossature en métal apparente). De plus, les promoteurs insistent sur la nécessaire densification du centre-ville, qui passe par l'augmentation de la hauteur du bâti, et non pas par la réhabilitation de petits immeubles ou d'entrepôts.

Dans les entrevues des acteurs de Griffintown, un des répondants installé depuis longtemps dans ce coin de la ville regrette certaines modalités de la reconversion. Premièrement, il remet en question le territoire administratif de Griffintown, délimité autrefois par la rue des Seigneurs à l'Ouest et aujourd'hui par le Boulevard Georges Vanier (Hanna, 2007) :

Voici la délimitation de Griffintown. Ce qu'il faut comprendre c'est que la partie qui est à l'Ouest a été rajoutée, donc la partie où j'habite moi j'habite quelque part ici, cette partie-là ici a été rajoutée avec l'appellation Griffintown il y a peut-être 10 ans. J'appelle ça une patente. Historiquement, c'est infondé, le quartier s'appelle la petite Bourgogne ici et jusqu'au canal de Lachine ici. C'est une patente, inventée pourquoi ? Parce que c'est l'arrondissement qui a décidé dans un plan d'urbanisme de rallonger... De prolonger le secteur Griffintown jusqu'à la rue là bas... je sais pas son nom (désignant une rue à l'Ouest). Principalement mon point de vue, c'est très certainement pour plaire davantage aux promoteurs immobiliers qui veulent vendre des propriétés et des condos dans Griffintown et non pas dans la Petite-Bourgogne, qui, elle, est jugée un peu moins attirante comme appellation. (Entrevue 5)

Cette critique provient d'un témoin des évolutions du quartier : « Ça fait 30 ans que je suis ici, 30 ans qu'on me pose des questions » (Entrevue 5). De plus, il personnalise la problématique de l'agrandissement de Griffintown. En effet, il se revendique habitant de la Petite-Bourgogne, alors que, depuis la réforme territoriale, son foyer se situe maintenant dans Griffintown. Cette réforme décidée par des hommes et femmes politiques pour des raisons économiques est une décision également regrettée par un dirigeant d'OBNL montréalais :

Griffintown c'est un terme qui a pris beaucoup d'identité palpable au cours des dix dernières années. Avant ça, il y a peu de gens qui employaient ce terme-là, c'était assez secret, connu des initiés uniquement. Ce qui fait que maintenant, c'est un terme que la ville a étiré sur un territoire qui est très loin de ce qu'était le vrai Griffintown, ça va jusqu'au métro Lionel Groulx quasiment... (Entrevue 6)

Ce point lui tient à cœur, il poursuit :

Oui, c'est complètement ridicule. Alors ça peut-être c'est une chose, au niveau du tourisme ça peut créer un high parce comment étendre l'électricité ou l'excitation qui est générée par un mot à un territoire qui ne devrait pas le porter légitimement. Mais avec le temps, ça va peut-être sentir le toc quoi... T'sais quand on voit qu'ils disent que l'Arsenal est dans Griffintown, ça, ça montre une totale inculture de la ville. (Entrevue 6)

Le repoussement des frontières du quartier le déçoit. Il pointe du doigt un manque de connaissances du quartier, qui se solde donc par un manque de respect. Les réactions qui signalent l'illogisme historique du Griffintown actuel dévoilent un territoire soumis à des tensions. Ces conflits opposent les sphères économiques et culturelles. Pour l'instant, il est indéniable que la logique économique domine la logique culturelle et historique de la reconversion.

L'informateur installé dans le Sud-Ouest depuis trente ans dénonce aussi le manque de concertation préalable aux divers projets immobiliers menés dans ce quartier. Selon lui, le manque de conciliation entre les promoteurs et la Ville de Montréal s'observe notamment par des problèmes au niveau des transports en commun.

Est-ce que la desserte est correcte ? Non parce qu'il n'y a pas eu de planification en amont du projet Griffintown. Griffintown est arrivé sous l'influence de... il est arrivé en soucoupe volante chez nous. On a voulu implanter comme ça, on a fait par après l'exercice de consultation. (entrevue 5)

Des séances de consultation ont lieu pour les grands projets, comme l'exigent les règlements municipaux. Toutefois, l'Office de Consultation Publique de Montréal (OCPM) a dénoncé en 2012 le manque de contrôle de la ville sur le développement du quartier. Dans le rapport de consultation publique sur la planification du secteur de Griffintown, la présidente de l'OCPM écrit les problèmes relevés par la consultation :

La consultation s'est ouverte dans un climat marqué par le scepticisme. Compte tenu du grand nombre de projets immobiliers déjà autorisés ou en traitement, de très nombreux participants craignent que la ville soit condamnée à réagir à ces projets privés qui se multiplient rapidement plutôt que d'exercer le leadership qu'on attend d'elle pour que le quartier se développe d'une manière cohérente et dans l'intérêt général à long terme. (Louise Roy, 2012, p. 3)

De fait, il semblerait que l'organisme ait relevé des témoignages de citoyens qui démontrent l'inefficacité des consultations préalables et le manque de contrôle de la ville. Dans ce sens, un informateur regrette avec amertume une reconversion qu'il juge comme un gâchis.

Il n'y a aucune métropole internationale qui a, qui avait une opportunité de terrain à côté du centre-ville comme celle-là. C'est très rare, ok ? Parce que c'est un terrain immense, quand on regarde, à mon point de vue c'est un concours, c'est une

charrette, c'est un concours international qu'il aurait fallu faire, ça n'a pas été fait et c'est une erreur qu'on va payer pour les cent prochaines années. (Entrevue 5)

L'hétérogénéité des projets immobiliers, les manquements dans les processus de consultation, le manque de contrôle de la ville et l'absence de vision globale pour le développement du quartier irritent donc certains résidents du Sud-Ouest.

Les critiques de la reconversion de Griffintown proviennent aussi de la manière dont les promoteurs ont construit leurs grands ensembles immobiliers. Un gestionnaire dans la restauration exprime son ressenti :

Moi il y a un truc qui m'attriste un petit peu, c'est qu'il y a eu beaucoup de démolition, on recommence à zéro. J'ai l'impression que les développeurs immobiliers ou les développeurs n'aient pas pris le temps de bien analyser « The big picture ». Il y a eu beaucoup de : « un projet, un terrain, on en fait ça », « un projet un terrain, on en fait ça » donc là tu peux voir un magnifique immeuble en brique qui date des années 1800, restructuré, comme on a en ce moment. Et juste en face, tu as des nouveaux condos qui sont nés d'hier avec un look et un urbanisme complètement différent. Moi je pense qu'il y aurait pu avoir un projet global, en mettant l'avantage sur des... sur restructurer ce qui était du passé. Mais encore une fois, économiquement parlant, 3 étages ou 20 étages ? On prend le 20 étages. C'est justement ce que les promoteurs ont sûrement pris en considération, plus que garder l'authenticité de la place. (Entrevue 2)

Cette intervention signale les difficultés patrimoniales de la reconversion de Griffintown. Une photographie peut témoigner de cette tension qui se matérialise sur le territoire, entre rénover ou détruire-reconstruire.





Figure 3.4: photographie d'origine, Griffintown, 2015

Sur le côté gauche de la rue, des bâtiments commerciaux neufs au premier plan et des tours de condominiums en arrière-plan montrent qu'à Griffintown, les traces architecturales du passé sont supplantées par la construction de bâtiments qui portent les signes de la modernité. Sur le côté droit de la rue, la tour en arrière-plan, un hôtel tout juste sorti de terre, confirme cette impression. La pancarte Five Roses en arrière-plan reste un symbole fort du paysage industriel de Griffintown, même si elle se trouve sur la rive opposée du Canal de Lachine. Ce symbole est utilisé dans les slogans des promoteurs qui érigent les tours de condominiums :

« Le District sur l'Eau donne un point de vue impressionnant sur l'eau et une vue spectaculaire sur l'emblématique enseigne « Farine Five Roses » de Montréal. » (Site internet de Devimco, sd)

Ainsi, le groupe Devimco Immobilier est à l'initiative d'un projet de condos neufs, le District sur l'Eau, dont la première phrase d'accroche transforme ce marqueur industriel comme argument de vente. Toutefois, sur la photographie, au premier plan à

droite, l'ancienne entreprise Henderson Barwick et son immense pancarte « À louer » peuvent prouver que les bâtiments industriels qui ne sont pas aussi « emblématiques » paraissent moins intégrés au renouveau du quartier.

La complexité de la préservation du patrimoine de Griffintown tient également dans la diversité des fonctions industrielles que le quartier a connues.

Les bâtiments industriels du secteur de Griffintown sont de typologies architecturales variées. On y trouve autant des ateliers et entrepôts de petit gabarit que de grandes usines et manufactures occupant des îlots entiers. D'un point de vue formel et constructif, on retrouve des bâtiments anciens en pierre, des industries à l'architecture rationaliste en brique et en acier ainsi que des édifices plus modernes à structure squelettique en béton. La plupart ont connu maintes transformations apportées au fil des ans, au gré des besoins changeants de l'industrie. (Atelier B. R. I. C. Architecture + Urbanisme, 2007, p. 55)

Ainsi, face à diversité, il semblerait que la Ville de Montréal n'ait pas su définir avec clarté puis imposer une unité patrimoniale au quartier. Cela semble profiter aux promoteurs. En effet, cette diversité leur offrirait la liberté de mener leurs projets immobiliers sans devoir se plier à trop de normes architecturales. Par conséquent, nous observons parfois un manque de cohérence dans la construction du nouveau paysage urbain de Griffintown.

Au milieu des enjeux économiques importants autour du secteur immobilier, un acteur issu de la communauté de Griffintown partage son sentiment d'une appropriation progressive du quartier par ses habitants.

J'peux avoir les mêmes critiques que tout le monde peut avoir, au niveau du manque de planification, la crainte que ça devienne une ville dortoir, un peu, un espèce de « condotown » un peu. Mais je suis assez optimiste, assez enthousiaste vis-à-vis des initiatives qui font en sorte que ça sera pas juste ça, et que malgré le développement sauvage qu'il y a eu, y a un espèce de coup de barre qui s'est donné, y a un espèce de redressement, y a une volonté citoyenne de donner une âme à ce quartier-là et donc ça, ça me rassure. (Entrevue 3)

Ce témoignage dévoile une reconversion qui aurait manqué d'initiatives pour en faire un quartier ou lui donner une identité collective autour de laquelle les nouveaux résidents pourraient se rassembler et se reconnaître. Pourtant, selon ce répondant, en l'absence de soutien institutionnel ou associatif, des actions citoyennes se substituent

à ces soutiens pour susciter un attachement et une appropriation de ces lieux par les populations qui les habitent. Dans ce sens, on trouve notamment un « Comité pour le sain redéveloppement de Griffintown »<sup>7</sup> pour s'assurer que la Ville de Montréal tienne les engagements énoncés dans le plan d'urbanisme de Griffintown de 2004. En revanche, il s'agit d'une initiative citoyenne qui semble éteinte depuis 2012 et dont on ne trouve aucune trace au registraire des entreprises du Québec. Cela vient donc mettre en lumière la difficulté pour la société civile locale de se trouver des relais solides en mesure de peser dans les séances de concertation organisées autour des projets du quartier.

De ce point, nous pouvons mettre en lumière un premier élément de comparaison. Ainsi, aux Shops Angus, la Société de Développement Angus intègre les habitants des quartiers environnants dans l'orientation de la reconversion, même si cela peut déboucher sur des refontes au complet de projets. Par exemple, la phase 2 du développement d'Angus, un îlot résidentiel inclusif et écologique, a été modifiée suite à l'opposition d'une partie des Rosemontois à ce projet, exprimée lors d'une réunion d'information le 26 mai 2016. L'argument de la hauteur et les problématiques des stationnements étaient le plus souvent avancés, même si certains habitants semblaient craindre davantage l'afflux de familles plus pauvres et la dévaluation du prix de leurs condos si des habitats à loyer modéré venaient à être construits<sup>8</sup>. La consultation publique s'intègre au processus, car le contexte s'y prête. Contrairement à Griffintown, un organisme communautaire organise ces rencontres, avec la SDA comme leader du projet.

En effet, la répartition des terrains par promoteur sous-tend des logiques et les modalités de reconversions qui s'opposent entre les deux territoires à l'étude :

---

<sup>7</sup><http://www.griffintown.org/csrg/mission.html>

<sup>8</sup><http://affaires.lapresse.ca/economie/immobilier/201605/27/01-4985639-technopole-angus-le-promoteur-recule-et-reverra-son-projet.php>

Y a une grosse différence avec Angus et Griffintown, ici y a un promoteur et il est immense. Alors que Griffintown, tout le territoire est morcelé en petits lots qui sont développés au maximum. Et à Griffintown c'est aussi à cause qu'il n'y a pratiquement pas de limites de hauteur. Le code est beaucoup moins limitatif qu'ici et ces petits lots qui ont été groupés pour permettre aux promoteurs de bâtir au maximum sur leurs sites. Alors qu'ici, t'es dans un cadre où t'as un terrain qui est détenu par un seul promoteur qui fait 20 000000 de pieds carré. L'idée de développer un plan d'aménagement qui vient lier l'ensemble qui est intégré qui intègre la connexion entre les bâtiments, les connexions piétonnes, les connexions de transport de transports qui sont intégrés dans un cadre urbain qui est existant. C'est beaucoup plus réaliste de le faire nous autres on diminue le nombre d'intervenants. (Entrevue 1)

Le contexte aux Shops Angus semble donc favorable au développement territorial, un territoire dont les sols sont gérés par un seul promoteur à but non lucratif, soumis à un contrôle strict de la hauteur du bâti<sup>9</sup>. En revanche, Griffintown paraît un territoire morcelé par des promoteurs immobiliers guidés par la recherche du profit, et par un code de hauteur des constructions plus permissif. Il y a la volonté d'encourager la compacité de Griffintown.

Résolument favorable à l'intensification de l'occupation du secteur, le programme particulier d'urbanisme préconise toutefois une approche de densification cohérente avec l'intention de faire de Griffintown un milieu de vie mixte, convivial et de grande qualité, propice à l'établissement de familles avec enfants et respectueuse de son patrimoine urbain et architectural (PPU de Griffintown, 2012, p. 47).

Ainsi, en parcourant le Plan Particulier d'urbanisme de Griffintown, on trouve une déconstruction du territoire en îlots qui ont des normes de hauteur de construction très distinctives, avec déjà plusieurs zones où des bâtiments de plus de 70 mètres sont autorisés<sup>10</sup>. Il s'agit ici d'un contexte défavorable à la création d'une unité territoriale. Dans ces reconversions qui sont donc très différentes, nous allons voir comment les acteurs rencontrés jugent l'intégration du tourisme aux Shops Angus et à Griffintown.

<sup>9</sup>Voir carte des limites des hauteurs tirée du règlement d'urbanisme de Rosemont en annexe 2

<sup>10</sup> Voir carte hauteur des constructions à Griffintown en annexe 3

### 3.2 L'insertion du tourisme dans la réhabilitation des Shops Angus et de Griffintown

Comme nous l'avons vu précédemment, les deux territoires présentent des modalités de reconversion divergentes. Cela implique donc différents objets à mettre en tourisme.

Tout d'abord, tous les répondants considèrent Montréal comme métropole touristique. Un d'entre eux tente d'exprimer pourquoi :

C'est une ville qui est *sécur*e, c'est une ville où il y a beaucoup de créativité. En fait c'est une ville excellente pour les Européens qui veulent rebondir sur l'ensemble de l'Amérique. Moi c'est comme ça que je le vois, c'est une ville qui a beaucoup d'attraits pour les Américains qui viennent ici, non seulement pour la question de la faiblesse du dollar, parce qu'ils aiment venir ici. Ils y voient une différence par rapport à la métropole canadienne qui est Toronto. Euh, ils trouvent les gens sympathiques, ils se promènent dans les quartiers... C'est une ville qui a énormément de potentiel sur le plan touristique, je le pense, une valeur ajoutée très claire. (Entrevue 5)

Partant de ce constat comme introduction vers les cas plus spécifiques étudiés, nous avons approfondi la question en leur demandant si les territoires des Shops Angus et de Griffintown présentaient des intérêts, des commerces ou des infrastructures capables d'attirer des touristes.

Dans un premier temps, nous allons présenter les réponses pour les Shops Angus et les coupler à nos observations sur le terrain. Puis, nous nous intéresserons à Griffintown.

#### 3.2.1 Le tourisme dans la reconversion des Shops Angus

Pour étudier la présence du secteur touristique aux Shops Angus, nous commençons par analyser la position de ce territoire par rapport aux grands attraits touristiques de la ville. Nous observons que ce territoire est proche, en termes de distance, du pôle du Stade olympique (Stade olympique, Stade Saputo, Jardin botanique, Biodôme...). Toutefois il faut relativiser ce voisinage. La proximité géographique se définit comme « la distance kilométrique entre deux entités (individus, organisations, villes),

pondérée par le coût temporel et monétaire de son franchissement » (Rallet et Torre, 2004, p. 26). Selon Rallet et Torre (2004, p. 26), une partie de cette proximité s'évalue d'une manière binaire, elle analyse si l'objet A est « loin de » ou « près de » l'objet B (même s'il existe des gradations). Avec ce type d'analyse, les Shops Angus paraissent proches du pôle « Olympique », un petit peu plus de 2 km. Toutefois, le caractère relatif de la proximité les en éloigne. En effet, la distance entre les deux objets est aussi analysée en fonction du temps et du transport qui les rallient. De même, la « nature de la distance géographique » qui sépare les deux objets est prise en compte pour juger leur proximité. Or, si nous jugeons la proximité relative des Shops Angus et du pôle olympique, nous nous rendons compte qu'il n'y a pas de lignes de transport en commun qui les rallient directement, il faut réaliser plusieurs changements et emprunter des bus qui ne passent pas à intervalles réguliers (27, 47, 197). Dans le cas où un visiteur opérerait pour faire le trajet en marchant, cela lui prendrait environ 30 minutes pour un trajet qui traverse une zone résidentielle et qui présente peu d'attraits architecturaux. Dans ces conditions, la distance des Shops Angus et du pôle olympique sur le plan kilométrique semble s'allonger quand il faut faire le trajet autrement qu'en voiture. Un de nos répondants nous a donné une réponse qui résume relativement bien cette situation :

Pis en regardant la géographie, on se dit : pas très loin des Shops Angus, il y a le pôle du jardin botanique, du parc Maisonneuve, donc on part de là déjà... Il y a des pôles, il faut trouver une façon de les relier parce que, c'est pas parce que c'est pas loin sur la carte. On regarde ça sur la carte, c'est tout proche, mais en réalité, c'est quelques kilomètres et à pied... C'est pas comme si on se promenait, je sais pas moi, sur une... sur la 5e avenue à NY où on est capable de bouffer des kilomètres sans s'en apercevoir tellement il y a de l'énergie tsais, qui t'amènes d'un point à un autre, mais là t'es dans un environnement plus résidentiel, tranquille. Y a peut-être d'autres genres de liens à établir. Ça demande un travail d'infrastructures, d'imaginer des destinations puis de...  
(Entrevue 6)

La relativité de la perception de proximité est ici bien amenée par la comparaison avec une rue de New York, où les activités et les attraits atténuent la distance kilométrique que le visiteur parcourt entre deux points. Les probabilités qu'un

touriste « flâneur » se promène jusqu'aux Shops Angus à partir du pôle olympique, pourtant proche sur le plan kilométrique, semblent assez minces.

Dans ce cas, un touriste qui se promènerait aux Shops Angus devrait être motivé par la visite du lieu, il y a relativement peu de chances d'arriver là par hasard. Nous allons donc analyser les attraits de ce territoire ainsi que leur pouvoir d'attraction, en nous appuyant sur les entrevues réalisées.

En relevant les différentes activités du territoire, les seules entreprises liées au tourisme sont celles qui œuvrent dans le secteur de la restauration. Trois restaurants particulièrement paraissent susceptibles d'attirer une clientèle au-delà du quartier. Ils se situent dans les bâtiments qui ont gardé les façades issues de la période industrielle. Pour le restaurant Labarake, qui occupe l'ancienne station de pompier des ateliers, le cadre est particulièrement évocateur du passé industriel. Les répondants estiment que, pour des touristes de loisir, le développement du secteur de la restauration constitue le principal potentiel attractif des anciens ateliers du Canadien Pacifique.

Donc nous on a trois nouveaux commerces qui s'installent sur la place publique. Y en a deux qui sont déjà ouverts, un troisième qui va ouvrir en novembre ces trois commerces-là sont : une pizzeria, donc qui va faire sa place comme Labarake sans aucun doute, et une *Mamie Clafouti*, qui est une boulangerie-pâtisserie et un restaurant. Un restaurant plus généraliste qui va ouvrir en novembre. (Entrevue 1, répondant 1)

Et là dans ce nouveau restaurant-là y a un chef qui est connu à Montréal donc est-ce qu'il peut attirer des gens de l'extérieur ou que ça peut devenir une destination d'après moi de la couronne de Montréal probablement. (Entrevue 1, répondant 2)

Toutefois, nous pouvons aussi noter deux autres aspects du territoire qui pourraient faire venir des visiteurs extérieurs : les espaces publics et la conservation d'une partie du patrimoine industriel. Un aménagement urbain mettant en scène les espaces publics constitue un facteur qui peut supporter le tourisme. Le Parc Jean Duceppe notamment, paraît représentatif des parcs montréalais. Leur potentiel attractif est défini par le discours promotionnel de Tourisme Montréal:

Lieux privilégiés pour jouer, se rencontrer, faire de l'exercice et se relaxer, les parcs sont au diapason de la vie urbaine. En famille ou entre amis, on s'y rend volontiers

pour pique-niquer, participer à des activités communautaires, faire du sport ou simplement prendre un bon bol d'air frais. (Tourisme Montréal, 2013)



Figure 4.1: Photographie d'origine, Parc Jean Duceppe, été 2016

Le jour où nous avons capturé ce panorama du parc Jean Duceppe, nous avons relevé une vingtaine de personnes, principalement des familles, autour des fontaines pour se rafraichir (visibles à l'arrière-plan), ou sur les pelouses autour de barbecues. Sur la base de nos observations, nous pensons qu'il s'agissait là essentiellement de résidents. En effet, des allers retours fréquents étaient effectués entre le parc et les logements qui l'entourent. Avec le développement futur du quartier, ce lieu pourrait toutefois attirer des touristes.

Au niveau patrimonial, la Société de Développement Angus a conservé des traces des ateliers du Canadien Pacifique, comme le montre la photographie suivante.





Figure 3: photographie d'origine, la conservation des façades aux Shops Angus, été 2016.

Pour l'instant, si ces façades sans bâtiments évoquent surtout des décors de cinéma, elles offrent encore des possibilités de développement et permettent de construire un paysage industriel.

Au-delà de ces traces du passé industriel, et c'est probablement le point le plus intéressant à retenir d'une analyse du développement touristique des Shops Angus, le présent de la réhabilitation suscite un intérêt touristique :

Du tourisme industriel par contre, y en a. Le site. C'est le site l'intérêt. De par son côté avant-gardiste et son rôle de leader dans le monde du développement durable. Donc y a déjà même une délégation de la Corée qui est venue il y a quelques mois. Ils étaient une dizaine et ils ont filmés et ils ont fait des entrevues avec tout le monde pour recréer et s'inspirer, ils veulent recréer un site, une friche industrielle... (Entrevue 1, répondant 1)

À Busan ! Qui est la deuxième ville de Corée. (Entrevue 1, répondant 2)

Ainsi, il existe un véritable tourisme industriel aux Shops Angus, motivé par le partage des savoir-faire qui ont permis de mener la reconversion. Le succès de la Société de Développement Angus attire donc des délégations, parfois internationales. Cette notoriété construit symboliquement le territoire des Shops Angus comme

modèle. Toutefois, le type de tourisme qui se met en place ici n'a pas d'emprise spatiale, puisqu'il se base sur la présentation d'un aspect du monde du travail. Aux Shops Angus, il bénéficie de l'espace produit par les initiatives de développement territorial.

*Le core business d'Angus c'est quand même à développer le secteur. Ensuite, c'est un peu comme du bonus, tout ce qu'on peut venir rajouter autour et tout cet extra-là peut pas venir seulement du promoteur du projet. Mais qu'il y ait des acteurs extérieurs qui veulent venir travailler à développer. (Entrevue 1, répondant 2)*

Le tourisme, autre qu'industriel, apparaît donc comme un « bonus ». Son développement découlera peut-être à un moment de l'apport d'acteurs exogènes et de touristes attirés par le dynamisme du quartier :

*Peut-être qu'à terme, si on a un site qui est développé comme un... identifié comme un quartier populaire, c'est possible. Au même titre qu'un quartier comme le Plateau ou le Mile-End... Que les gens qui sont en visite à Montréal veulent aller voir ce site-là. (Entrevue 1, répondant 1)*

Mais ce développement touristique reste dans le domaine de l'hypothèse :

*Oui, mais c'est ça c'est hypothétique, ça n'est pas le cœur du projet. Si t'as un quartier qui est actif, qui est dense, qui est l'fun, qui est dynamique, qu'il se passe des choses, bien sûr que les gens qui visitent Montréal vont être intéressés à transiter par ce secteur-là. Mais au même titre que n'importe quel autre secteur. On peut pas le garantir, oui, c'est sûr que c'est souhaitable, mais c'est pas pour ça que le projet est faite. (Entrevue 1, répondant 2)*

Ces réactions par rapport au tourisme sont évocatrices, on le creusera plus tard dans la discussion, d'une opposition tourisme – développement territorial. Aux Shops Angus, ce secteur économique ne semble pouvoir se développer que sur les bases jetées par des initiatives qui ne le visent pas particulièrement. Ainsi, nous ressentons une méfiance quant aux capacités du tourisme comme vecteur de développement. Toutefois, si cela arrive, tant mieux, mais ça ne sera pas le fruit d'un projet territorial. Au final, le virage touristique du territoire des shops Angus n'a jamais été pris, malgré quelques projets qui avaient été soumis au début de la reconversion. Parmi eux, on trouvait l'idée de mettre en place un développement touristique autour de la relation historique avec le secteur ferroviaire.

Nous on avait quand même eu l'idée que la Locoshop puisse accueillir le musée ferroviaire, puis qu'à partir du musée ferroviaire, on ait des navettes ferroviaires donc qu'il y ait une expérience de... (...) le territoire montréalais est sillonné de voies ferrées, pourquoi ne pas relier les Shops Angus avec la montagne, le centre-ville, dans une boucle qui permettrait aux gens de toucher un peu la géographie. (...) On aurait pu avoir des économusées, peut-être des lieux où le travail et la création, la production deviennent un élément intéressant pour des visiteurs, parce qu'il y a de l'acquisition d'achats, mais aussi de l'acquisition d'expérience, avec le dialogue avec les artisans, les métiers... Mais les grands espaces industriels offrent une qualité d'atmosphère, il y a une puissance évocatrice parce que souvent c'est espaces gigantesques. Il y a de la place pour mettre en place des activités culturelles ou à caractères muséales, et on peut entrer là-dedans, autant comme je vous dis, comme un musée ferroviaire, avec des vieilles locomotives, ça passionne les gens. (...) Ça demande un travail d'infrastructures, d'imaginer des destinations puis de... Si on regarde la géographie des voies ferrées, peut-être qu'il y avait quelque chose à aller chercher de ce côté-là. (Entrevue 6)

Enfin, on peut conclure que, d'après nos entrevues et observations, le tourisme qui se développe aux Shops Angus se construit sur le présent des ateliers plutôt que sur leur passé. Il s'agit surtout d'un tourisme industriel, de visiteurs intéressés par le modèle de reconversion mis en œuvre par le Technopôle Angus. Les quelques restaurants réputés ou récents suscitent peut-être le seul intérêt en mesure de convaincre des touristes de « loisir » de faire le déplacement. On ne trouve pas encore de marqueurs « on-sight » (MacCannell, 1976), tels des panneaux d'indications, pour expliquer ce qu'étaient les Shops Angus. Enfin, l'offre d'hébergement se réduit à quelques appartements ou chambres via des sites internet de locations temporaires. Pour l'instant, nous sommes donc sur un territoire sur lequel le développement du tourisme montréalais a très peu de retombées économiques ou d'emprises spatiales.

#### Griffintown

À présent que nous avons présenté nos résultats pour les Shops Angus, nous allons nous concentrer sur notre autre étude de cas. Au niveau de la situation dans la ville de Montréal, Griffintown se trouve au pied du centre-ville, facteur clé dans le choix de ce quartier pour des investisseurs : « Pour l'accessibilité on peut pas se plaindre que ça soit au pied du centre-ville, c'est d'ailleurs un des points de vente des gens qui viennent ici » (Entrevue 1).

La proximité avec le pôle économique et financier de la ville semble jouer un rôle important dans le développement touristique du secteur, et le diriger vers un tourisme d'affaires, comme le confirme cet individu qui travaille dans l'hôtellerie-restauration :

pour notre clientèle c'est un lieu parfait pour rejoindre les affaires, pour rejoindre les gens qui viennent aussi visiter Montréal, on est tout près des deux grands pôles du centre-ville donc tous ces facteurs ont fait qu'on a choisi le coin de Griffintown.  
(Entrevue 4)

Certains avantages comparatifs du territoire sont mis en avant, par rapport au centre-ville. En premier lieu, les tarifs pratiqués, notamment au niveau de l'hébergement, sont moins élevés, tout en étant proche des lieux de décision : « Ce qui attire ici par exemple notre clientèle touristique ben c'est le prix par rapport à la proximité de la ville de Montréal et tous les grands attraits de Montréal t'sais. » (Entrevue 4).

De plus, les difficultés de circulations et de stationnement qui existent au centre-ville peuvent inciter des visiteurs à s'arrêter à Griffintown, notamment pour les repas :

Maintenant, c'est incroyable le nombre de... la construction pis le nombre de problèmes qu'il y a sur les routes du centre-ville, surtout pour le stationnement. Donc on voit qu'il y a un mouvement, lorsque les gens peuvent se déplacer pour manger ici, on le voit souvent (Entrevue 2).

Toutefois, malgré la proximité du centre-ville, le tourisme ne paraît pas non plus intégré directement aux projets qui structurent Griffintown. Les promoteurs immobiliers produisent un territoire résidentiel qui ne présente pas d'attraits particuliers :

(...) les gens viendront pas visiter des condos, c'est pas vrai, à moins que, comme dans certains quartiers ailleurs dans le monde, il y ait eu des ambitions architecturales incroyables qui fait que les gens viennent voir l'architecture, entre toi et moi, ici ce sont des architectures d'une banalité... Les gens viendront pas pour l'architecture du quartier, les gens vont visiter pour l'Histoire du quartier... (Entrevue 3).

Ici, l'importance de la préservation de partie historique est soulignée. La banalité du bâti qui remplace les anciens vestiges du passé industriel menace le développement du tourisme. Toutefois, le tourisme dépend de moins en moins des monuments, mais de plus en plus de la mise en scène d'un territoire urbain protégé et propre, qui propose une offre commerciale intéressante (Sassen et Roost, 1999). Dans ce sens,

les acteurs interrogés s'attendent à un afflux de touristes à court ou moyen terme, motivés notamment par la diversité de l'offre gastronomique ou commerciale.

Bah définitivement que les commerces qui ciblent le quartier en ce moment c'est beaucoup lié aux... je sais plus comment on les appelle les... les commerces de style de vie donc restaurants, ça c'est clair, bars, trucs comme ça... (Entrevue 3).

Il continue, en s'appuyant sur des observations de pages de réseaux sociaux :

Les foodies, tout ça parce qu'il y a beaucoup beaucoup d'emphase de mise sur les restaurants du Sud-Ouest, donc en ce moment clairement c'est ce qui marche le plus. Clairement, (...) une publication liée aux restaurants, c'est les publications les plus populaires sans aucun doute. (...) une publication en lien avec l'Histoire du quartier bon c'est correct, mais (...) une publication en lien avec l'ouverture d'un nouveau restaurant là les gens aiment ça (Entrevue 3).

Selon un acteur interrogé, Griffintown offre également l'expérience d'un art de vivre et d'une vie de quartier représentative du territoire montréalais :

Donc un touriste pourrait venir vivre la vie locale de Montréal parce que nous avons une magnifique... une belle nightlife, une haute gastronomie, de beaux restaurants... On a une joie de vivre contagieuse... (Entrevue 2).

Globalement, la nouvelle offre de restauration et de commerces semble donc en pleine phase de développement, mais, au niveau historique et patrimonial, ne transmet que ponctuellement le passé industriel du quartier.

Le canal se trouve être la principale attraction de Griffintown, comme le confirme un de nos répondants quand nous lui demandons ce qu'il pense être les attraits les plus intéressants de Griffintown : « Le Canal de Lachine : grande force » (Entrevue 3). Dans ce sens :

The Lachine Canal also features prominently as a key element in Montreal's urban heritage landscape. At the same time as the Old Port was falling into disuse, the nearby Lachine Canal – once the lifeline of the city's early manufacturing industry – was also increasingly surrounded by relics of Montreal's once illustrious industrial past. (Chang et al, 1996, p. 295).

Ici, les auteurs font du canal un élément clé du paysage du patrimoine urbain montréalais. Il est géré par Parc Canada, qui a décliné nos demandes d'entrevues. L'organisme fédéral met en valeur un équipement indissociable du passé industriel du

quartier, puisque son ouverture a centralisé autour de lui des activités de productions (Hanna, 2007). La piste cyclable aménagée sur les berges génère un passage important, mais qui peut prendre le rôle de lien plutôt que sommet d'un réseau. Il y aurait donc un certain effet-tunnel, les cyclistes visiteurs s'arrêtent surtout aux portes d'entrée et de sortie du parc. Certaines initiatives sont mises sur pied pour briser ce processus. Parmi elles, la ville de Montréal investit pour connecter Griffintown au canal (PPU de Griffintown, 2012). Le projet de la Promenade Smith en rend compte. Évaluée à 26 millions de dollars, la réhabilitation de la rue Smith a fait l'objet d'un concours et la ville a retenu le projet des architectes paysagistes de NIPPaysage.

Longeant le Canal de Lachine, la rue Smith se transforme en un espace public collectif s'appropriant une partie des emprises routières et ferroviaires du secteur Griffintown. Inspiré par la puissance du caractère brut de la friche ferroviaire, le projet propose une amplification des qualités de ce paysage pour reconquérir des espaces résiduels en un lieu structuré et identitaire. Hybride entre jardin, rue, parc et place publique, la promenade Smith réinvente les archétypes de la ville, la relation entre la biodiversité et le citoyen, entre l'écologie urbaine et l'espace public. (NIPPaysage, 2011)

Il est prévu que ce projet soit réalisé pour le 375<sup>e</sup> anniversaire de Montréal, en 2017. Toutefois, certains acteurs remettent tout de même en cause les liens que Parc Canada entretient avec les quartiers riverains, tout en espérant qu'ils se renforcent :

je sais pas si les gens font le lien Canal de Lachine – Griffintown nécessairement je crois que le Canal de Lachine, en soi, c'est un parc comme le parc du Mont Royal quoi. C'est un parc national je crois, ça appartient au gouvernement du Canada donc c'est lui qui gère ça... Mais oui, il faut, il faut que ça soit lié à ça. Premièrement le canal est lié à l'Histoire du Quartier, le quartier s'est développé en raison du canal donc il faut que ça soit lié à ça. Puis, il faut qu'il y ait des points d'accès aussi. Ça, c'est ce qui se développe en ce moment. (Entrevue 3)

De fait, il semble exister, et nous l'observons sur le terrain, une certaine déconnexion entre le Canal de Lachine, géré par Parc Canada, et les quartiers qu'il traverse. Ainsi, il est davantage envisagé comme un corridor, certes attractif, mais dont les externalités positives se propagent peu. Pour certains acteurs, la faiblesse des effets d'entraînement s'explique en partie par la faiblesse des investissements consentis. Un de nos répondants dresse un état des lieux amer :

il faut comprendre aussi que le Canal de Lachine n'a pas eu droit, bien qu'il a été la jugulaire fondamentale du Canada pendant 150 ans, il n'a pas eu droit au traitement... je dirais à un traitement honorable pour tenter de faire le maximum pour le faire vivre à nouveau correctement. Non pas sur le plan des transports, mais sur le plan touristique, des investissements qui sont venus sont venus à la cuillère après. Pour vous donner une idée... Il n'a jamais été dépollué par exemple alors qu'il est à l'origine de ce qu'est le Canada industriel. On... Jamais le Canada – c'est-à-dire Ottawa – a payé pour dépolluer le canal. C'est outrageant quand on y pense, alors que c'est un des noyaux de la base du Canada industriel. Jamais on a payé. (Entrevue 5)

Cette réaction met en lumière un certain nombre de problèmes ressentis dans la gestion du Canal par le parc Lachine. En premier lieu, selon le répondant, les investissements pour la mise en tourisme sont sporadiques. De fait, selon nos observations, le parc du Canal de Lachine bénéficie d'aménagements qui le rendent facile d'accès et en font un axe de promenade cycliste intéressant. Les panneaux d'indication permettent de se situer aisément. Toutefois, nous consentons que ces éléments ne s'accompagnent de peu de rappels historiques sur l'importance du lieu. De plus, pour davantage l'intégrer au circuit touristique montréalais, il nous semble nécessaire de créer plus de lien avec les quartiers riverains, pour que le produit proposé gagne en richesse.

Ainsi, nous avons étudié deux territoires où les mises en valeur touristiques concernent des objets différents. Aux Shops Angus nous trouvons un tourisme de loisir très peu développé, mais la présence d'un véritable tourisme industriel, à Griffintown, un tourisme de loisir qui semble en développement, mais limité par certains facteurs. Dans les deux cas, nous relevons tout de même que le secteur touristique n'est pas une priorité dans la reconversion. À l'aide de notre cadre théorique, dans notre dernier chapitre, nous allons donc tenter d'analyser nos résultats et comprendre comment le tourisme s'intègre sur ces territoires, malgré la secondarité apparente de ce secteur dans les deux reconversions.





## CHAPITRE IV : DISCUSSION

Précédemment, nous avons présenté les résultats de nos études de cas. Nos entrevues, observations et recherches font ressortir deux territoires réhabilités selon des valeurs et des modalités qui divergent, voire s'opposent. Ces logiques de reconversions différentes construisent des nouvelles territorialités complètement différentes. Une partie des explications peut se situer dans l'histoire des deux territoires. Les écarts de développement, l'ancienneté de l'abandon et la situation dans la ville ont joué sur la perception des territoires. Ainsi, Griffintown a été durement touché par la fermeture du canal et son déclin s'est amorcé plus rapidement que les Shops Angus. Les friches se sont multipliées sur le territoire, l'associant à la déviance et à la décrépitude. Pour la reconversion, il n'y a pas eu de mobilisation massive de la société civile, en l'absence de vrai sentiment d'appartenance et de leaders. Cette situation éclatée et l'abandon ont convaincu la municipalité de permettre aux promoteurs immobiliers d'acheter une grande partie de Griffintown, parcelle par parcelle. Les Shops Angus constituent un îlot industriel imbriqué dans le quartier populaire de Rosemont. Comme l'évoque un des acteurs rencontrés : « Bon, les shops Angus, c'est un peu particulier parce que c'est une enclave du Canadien Pacifique, c'est peut-être moins connecté que d'autres sites industriels » (Entrevue 6). À la fermeture de leurs portes en 1990, la reprise du site, comme nous l'avons vu plus tôt, est menée par la communauté.

Au final, ces différences historiques expliquent en partie deux territoires dont les acteurs semblent animés de préoccupations et d'objectifs qui s'opposent. Leurs pratiques spatiales et la conception de leur espace produisent deux territorialités aux nombreuses divergences, même si quelques similitudes peuvent apparaître. En effet, dans les deux cas, le tourisme ne serait pas intégré aux projets initiaux. Ainsi, suivant nos résultats, l'essor de ce secteur est attendu comme une externalité positive potentielle du développement des quartiers. Toutefois, des éléments relevés sur le

terrain permettent de constater que le tourisme, sous certaines formes, s'implante dans les reconversions. À Griffintown ou aux Shops Angus, il participe différemment à la (re)production territoriale. Dans un premier temps, nous allons nous mettre en perspective les résultats du cas de Griffintown par rapport à notre cadre théorique. Nous constaterons que nous pouvons confronter ces résultats aux théories de la production de l'espace et du tourisme urbain.

Par la suite, nous approfondirons davantage les implications des résultats pour les Shops Angus, sur les plans du développement territorial, du territoire, de la production de l'espace et du tourisme urbain.

Enfin, nous concluons cette discussion par des éléments de comparaison et leurs implications théoriques.

#### 4.1 La nouvelle territorialité de Griffintown et la place du tourisme.

Le cas de Griffintown présente, nous allons le voir, des résultats aux implications théoriques très intéressantes. Plus spécifiquement, les théories du tourisme urbain et de la production de l'espace s'avèrent adaptées pour mettre en perspective et déconstruire les phénomènes relevés. De plus, confronter la nouvelle territorialité de Griffintown au contexte général du développement du tourisme à Montréal révèle si le quartier se situe déjà dans le système touristique montréalais ou non.

L'intégration du tourisme dans la reconversion de Griffintown peut se mesurer grâce aux indicateurs du tourisme urbains. En les utilisant pour l'analyse des résultats, ils dévoilent que ce quartier, malgré sa refonte totale, ne constitue pas encore un attrait touristique de Montréal, même si certains éléments dévoilent un potentiel.

Tout d'abord, le Canal de Lachine polarise les flux touristiques. Il s'agit de l'attrait principal qui traverse le territoire. Les entrevues et observations collectées confirment cette idée. Toutefois, la faible connexion entre ce parc géré par une agence fédérale, Parc Canada et ses quartiers riverains pourrait être révélatrice d'un effet « tunnel ». À une échelle très locale, ce manque d'externalités positives dévoilerait les limites des

théories des pôles de croissance développées par Perroux dans les années 1960, en raison d'un manque d'organisation de cette proximité. En effet, les flux de cyclistes qui traversent le Canal n'ont, pour l'instant, qu'un impact limité sur Griffintown.

Le Canal de Lachine s'associe au mode de déplacement cycliste, tant dans nos observations que dans les discours des informations. Ainsi, ce parc est conçu pour ce moyen de transport et semblerait symboliser parfois plus une voie de communication linéaire plutôt qu'un parc à l'emprise spatiale *classique*. Cela peut paraître comme un problème à cause de l'effet tunnel, mais également comme un avantage à utiliser. En effet, la relation vertueuse entre des transports efficaces et le développement du tourisme urbain est mainte fois avérée (Gunn, 1994 ; Inskip, 1991 ; Khadaroo, 2008 et Prideaux, 2000). Or, hormis les pistes cyclables du canal, le quartier semble encore trop peu connecté sur le plan des transports publics pour bénéficier d'un afflux important et régulier de touristes. De plus, plusieurs répondants ont signalé le problème récurrent d'une circulation automobile entravée par de multiples chantiers.

Parmi eux :

On peut parler des zones de construction par exemple qui limitent un peu, on parle des gros travaux au niveau de Bonaventure, travaux Champlain, travaux Turcot, donc on a appelé ça le triangle noir du Sud-Ouest parce que, un peu en référence au triangle des Bermudes, c'est vraiment une zone qui va être enclavée par des travaux. Dans un contexte de reconversion, il s'agit d'une donnée récurrente, nous étudions des espaces en construction. (Entrevue 3)

Ainsi, avec une comparaison forte, cet informateur signale la complexité de circuler dans Griffintown. Pour l'instant, cela peut être un facteur limitatif du développement touristique du quartier.

De plus, avec un seul hôtel, Griffintown propose une offre d'hébergement restreinte. Cet hôtel et quelques restaurants possèdent aussi des salles susceptibles d'accueillir des événements corporatifs, mais cela semble encore embryonnaire. Le tourisme d'affaires, ciblé comme priorité pour Montréal (Tourisme Québec, 2012), a donc peu d'espaces où se développer. En revanche, une fois dans l'année, l'immense événement corporatif C2 Montréal se tient à Griffintown. Cet événement « unit les

univers du commerce et de la créativité afin d'explorer les tendances, opportunités, bouleversements et mutations majeures qui se dessinent à l'horizon » (C2 Montréal, sd). Il rassemble autour de 5000 personnes. C2 Montréal participerait à la production d'une image de marque, à la construction de Griffintown comme destination (Getz, 2008). Cet événement correspond à deux objectifs du plan de développement touristique du Québec 2012-2020 (Tourisme Québec, 2012) : le développement du tourisme d'affaires et des grands événements.

Le tourisme urbain se matérialise aussi par une offre culturelle diversifiée et dense (Pilette et Kadri, 2005). Griffintown, à ce niveau, propose un certain nombre d'avantages. Le quartier profite de l'essor du domaine de la restauration comme vecteur culturel d'un afflux de touristes. Les répondants nous ont confirmé cet atout. En effet, nous recensons un certain nombre d'adresses aux critiques culinaires très positives (Shinji, Code-Ambiance, le Richmond, Nora Gray, Chez Sophie...)

Mise à part le pan culinaire de la culture qui peut être intéressant pour les touristes, Griffintown ne bénéficie pas d'installations muséales d'importance ou de richesse patrimoniale distinctive des quartiers qui l'entourent. Toutefois, on note quelques bâtiments à l'architecture et à la fonction culturelle susceptibles d'attirer des visiteurs. Le New City Gas, entre salle de concert et boîte de nuit, se distingue par sa programmation de concerts d'artistes de musique électronique. De même, plusieurs ateliers d'artistes plastiques, peintres et photographes se trouvent sur le territoire. Une grande salle d'exposition, l'Arsenal, accueille des expositions d'artistes internationaux. Cette salle se situe dans la partie récemment ajoutée de Griffintown, au grand détriment, nous l'avons vu plus tôt, de l'un de nos répondants, pour qui cela démontre une « totale inculture de la ville » (Entrevue 6). Il semblerait que pour profiter des externalités positives du nom, la ville a repoussé la limite Est du quartier. Comparer les cartes de 1964 à celles de 2016 mène à constater que, délimité par la rue des Seigneurs à cette époque, le quartier couvre aujourd'hui une superficie qui s'étend jusqu'au boulevard George Vanier (Hanna, 2007).

Enfin, le tourisme urbain est marqué par une mise en scène de l'espace public (Judd, 1999 ; Sassen et Roost, 1999 ; Grann, 2010). À Griffintown, cette théâtralisation est assurée par la Ville et les promoteurs. La nouveauté, la propreté et la sécurité des lieux peuvent, à terme, l'intégrer à la « tourist bubble » de Montréal (Judd, 1999). Le projet de la promenade Smith, présenté précédemment, semble en mesure de symboliser ce phénomène. L'espace public est pensé par des architectes paysagers qui transforment une rue à l'abandon en promenade « hybride entre jardin, rue, parc et place publique » (NipPaysage, 2011). Toutefois, on ne peut pas vraiment parler d'une mise en tourisme, puisque toute la scénarisation de l'espace public de Griffintown ne se fait pas dans l'objectif principal d'attirer des touristes. Dans ce genre de projet, une touristification spontanée, qui naît des nouvelles aménités territoriales, est attendue.

Avant la fin de tous les travaux et projets menés à Griffintown, le tourisme ne peut pas infiltrer l'ensemble du quartier. Toutefois, l'ampleur de la restructuration du territoire, sous l'effet du capital des grands groupes immobiliers, le distingue de ses voisins. En effet, la production matérielle et symbolique du territoire le différencie des quartiers du Sud-Ouest qui l'entourent. Dans ce sens, on observe que le paysage urbain de Griffintown se distingue clairement (hauteur du bâti, architecture, matériaux utilisés...). Le quartier se construit comme une enclave de richesse. Cela confirme l'idée de Harvey, selon laquelle la suraccumulation du capital peut être absorbée géographiquement (Harvey, 1988, p. 183). La production de la nouvelle territorialité de Griffintown semblerait produite par la fixation spatiale du capital. De même, le secteur touristique paraît se construire indissociablement du mode de production capitaliste :

(...) le tourisme est aujourd'hui en grande partie investi par un rapport marchand et un mode de production de la valeur économique de type capitaliste. Des formes d'appropriation et de dépossession (voire d'expropriation) du foncier et de l'immobilier, dont les luttes se focalisent autour des enjeux touristiques, peuvent ainsi être observées dans différents types d'espace urbain. La touristification a ainsi des effets sur l'ordre urbain établi, notamment par une nouvelle structuration socio-

économique et politique (...) par exemple à travers la gentrification, la requalification des valeurs foncières ou le spatial fix (Harvey) du capital. (Nahrath et Stock, 2012, p. 11)

Ainsi, dans ce sens, le tourisme pourrait se développer par les investissements de grands groupes immobiliers qui prennent en charge la reconstruction de Griffintown. Ce faisant, ils transforment « l'ordre urbain » qui y était établi. La sécurisation et la théâtralisation des espaces publics qui accompagnent la construction de condominiums matérialisent touristiquement le pouvoir du capital. De plus, à Griffintown, la réhabilitation se réalise en détruisant partiellement les traces du passé industriel, comme le signalent certains de nos répondants. « Il y a un truc qui m'attriste un petit peu, c'est qu'il y a eu beaucoup de démolition, on recommence à zéro. » (Entrevue 2).

Toutefois, par rapport à la citation de Nahrath et Stock (2012), toute la reconversion du quartier est « en grande partie investie par un rapport marchand et un mode de production de la valeur économique de type capitalistique » (Nahrath et Stock, 2012, p. 11), et non seulement sa partie touristique. La touristification de Griffintown, c'est-à-dire « le processus d'appropriation de l'espace par le tourisme, donc l'évolution de la touristicité considérée dans le temps » (Dewailly, 1993, p. 21), ne semble pas un enjeu central, mais attendue comme résultante de la réhabilitation du quartier. Nos observations, nos entrevues et notre documentation nous ont menés à aller plus loin que ce constat, somme toute logique, selon lequel plus ce quartier se développe, plus il devient attractif. En effet, nous relevons une dimension touristique dans des aménagements et des discours pourtant destinés aux locaux.

À Griffintown, des faits observés et recensés brouillent la distinction touriste/résident. Les normes de communication, d'organisation urbaine et d'architecture du secteur touristique transparaissent dans les actions de parties prenantes qui visent les populations locales. Nous serions alors confrontés à une touristification du quotidien. Ce phénomène apparaît à plusieurs niveaux.

Dans les discours des promoteurs pour attirer des acheteurs, l'accent est mis sur des éléments qu'on retrouve dans les communications des groupes hôteliers. En témoigne ce slogan de Devimco pour vendre les condos de son projet District Griffin :

Niché au-dessus d'une galerie marchande de 300 000 pi<sup>2</sup>, votre condo au District Griffin sur Peel vous permettra d'accéder à une multitude de services : épicerie, pharmacie, institutions bancaires ainsi que plusieurs restos et boutiques – tout cela sans sortir de chez vous!

Ils ajoutent, concernant Griffintown :

Un quartier en pleine transformation, stratégiquement situé entre le Vieux-Montréal, le centre-ville, le marché Atwater et le canal de Lachine. Ses galeries, centres d'art et restos apportent à la ville un souffle nouveau. À découvrir : l'Arsenal, le Griffintown, New City Gas, Alexis Le Gourmand et encore plus. LE DISTRICT GRIFFIN SUR PEEL, C'EST LE COEUR DE GRIFFINTOWN

Ici, les attraits culturels (restaurants, galerie d'art, salles de spectacles) sont placés au centre de l'argumentation de vente.

Nous allons à présent comparer ces discours avec le groupe hôtelier Sheraton, qui vend ses nuitées en écrivant :

Goûtez à la joie de vivre et au charme historique québécois en séjournant au cœur de la ville. Notre hôtel est situé à proximité des meilleures adresses pour manger, magasiner et se divertir le long de la rue Sainte-Catherine, à quelques minutes à pied des rues pavées du Vieux-Montréal (Centre Sheraton de Montréal, sd<sup>11</sup>).

Collectés sur les pages d'accueil des deux sites internet de ces entreprises, ces discours proposent des arguments de vente similaires. La proximité avec certains attraits de Montréal, des commerces et des restaurants constitue, dans les deux cas, le cœur de la publicité.

Ces discours commerçants semblent fonctionner. En effet, lors nos entrevues, certains acteurs de Griffintown mettent en lumière l'attractivité du quartier en insistant sur les critères tels que l'offre de restauration ou de centre-commerciaux. Or, ce sont des arguments qui évoquent davantage la structure commerciale des bulles touristiques (Judd, 1999). De plus, les services de première nécessité (garderie, école,

supermarché...) commencent juste à arriver, comme si ce quartier n'était pas destiné à être vécu par des habitants, mais visité par des pensionnaires.

Enfin, la touristification du quotidien se relève dans la mise en scène de l'espace public. Ainsi, on peut encore citer l'exemple de la promenade Smith. Le groupe d'architectes paysagers crée un espace public pour les locaux, mais susceptible de capter également des flux touristiques. De plus, les images de synthèse créées pour la présentation du projet paraissent insister sur son caractère esthétique et innovant plutôt que sur des informations plus pragmatiques et pratiques :



Figure 4.3 : Perspective promenade Smith, NIPpaysage





Figure 4.4 : Axonométrie illustrative, NIPpaysage

La bulle touristique (Judd, 1999) retrouve donc certains de ses marqueurs à Griffintown (centre-commerciaux et mise en scène de l'espace public), mais dans un territoire qui n'est pas reconverti pour le touriste. La théâtralisation dissimulée de l'espace public, qui vise à cacher les principes de la mise en scène (Grann, 2010), cherche à installer une vie de quartier *authentique*. Finalement, l'aménagement de Griffintown – dans certaines zones, notamment la promenade Smith – et l'installation de commerces de proximité de luxe (épicerie fine, boucherie de luxe...) semblent créer un parc d'attractions urbain, non plus seulement pour le visiteur, mais surtout pour le local. La « disneylandisation » du monde toucherait donc également les espaces du quotidien (Brunel, 2006).

La réflexion autour de la touristification du quotidien peut aussi être approfondie par les théories de la production de l'espace. L'urbanisme et le mode d'habiter que la touristification du quotidien implique matérialisent dans l'espace des rythmes spatio-temporels imposés par le capitalisme (Harvey, 1988). La reconversion de Griffintown engendre un habiter guidé par les migrations pendulaires quotidiennes pour se rendre au travail. Dormir à Griffintown et travailler au centre-ville confirmerait l'idée selon laquelle : « the common-sense notion that there is « a time and a place for everything » still carries weight, and social expectations attach to where and when actions occur » (Harvey, 1988, p. 216). En outre, cette touristification du quotidien s'inscrit aussi dans la généralisation du mode de gouvernance de l'entrepreneuriat urbain qui favorise l'accumulation flexible du capital (Harvey, 1989). L'entrepreneur urbain, en se basant sur des partenariats avec le privé, cherche à exister dans la compétition interurbaine internationalisée. À Griffintown, la ville et le secteur de l'immobilier joignent leurs efforts pour attirer des jeunes urbains professionnels, qui représentent une manne d'impôts locaux, une clientèle pour les futurs investisseurs et peu de coûts sociaux. Cela produit les formes de ce quartier, surtout définies par leur valeur d'échange.

La triplicité de l'espace de Lefebvre peut aussi servir de cadre interprétatif pour étudier la touristification du quotidien à Griffintown (Lefebvre, 1974). Les promoteurs immobiliers, dans le but de vendre et d'accroître leur capital, conçoivent un espace attractif pour les acheteurs. Par un discours commercial rodé, cet *espace conçu* s'associe à des représentations généralement réservées à l'hôtellerie (luxe, technologie, services haut de gamme...). Vivre dans ce type de condominiums à Griffintown devient alors symbole d'une richesse et d'une qualité de vie bien supérieures à la normalité (*espace vécu*). Cela s'associe à des pratiques spatiales presque touristiques. En effet, *l'espace* du quartier est *perçu* par les déplacements récréatifs (promenades, sorties au restaurant ou dans des bars...). Toutefois, les migrations pendulaires des travailleurs viennent ancrer Griffintown dans l'espace du quotidien et n'en font pas une « bulle » hermétique.

Enfin, la complexité et la confusion qui entourent la distinction entre résidents et les touristes à Griffintown paraissent confirmer notre posture épistémologique socioconstructiviste. Ainsi, il paraît difficile de déterminer le touristique du non-touristique et de définir une réalité figée de la situation.

#### 4.2 Les Shops Angus, l'émergence d'un tourisme industriel sur un territoire qui n'envisage pas le tourisme comme option de développement

Nous l'avons vu dans la présentation de nos résultats, le tourisme apparaît comme peu développé et, au mieux, secondaire dans la reconversion des Shops Angus. Toutefois, le tourisme résiduel qui s'y pratique nous interpelle, puisqu'il s'agit d'un tourisme véritablement industriel, de partage des savoir-faire. Après avoir étudié ce phénomène, nous pouvons discuter du sens à donner à la faible inclusion du tourisme dans le contexte d'Angus. Pourquoi le tourisme urbain n'a pas été considéré comme une voie possible de restructuration de l'économie locale ? Nous verrons que les modalités de développement de ce secteur à Montréal semblent entrer en

contradiction avec les principes du développement territorial que cristallise la reconversion des Shops Angus.

Malgré le constat qu'il n'y a pas de tourisme de loisir à Angus dressé par un de nos répondants, il relève ensuite l'existence d'un tourisme guidé par l'intérêt du modèle de développement mené sur ce territoire. Ainsi, la Société de Développement Angus ouvre périodiquement ses portes à des délégations venues étudier comment la reconversion se fait sur ce territoire. Cela entre dans la définition du tourisme industriel ou de savoir-faire présentée dans le chapitre 1, que nous rappelons :

l'ensemble des pratiques touristiques dont les motifs de déplacement sont la découverte des Mondes du travail passés, présents ou futurs, c'est-à-dire de l'ensemble des lieux, des techniques, des organisations et des cultures liées au travail. (Cuvelier, 2001, p. 25-26)

Ici, les visiteurs officiels de la Société de Développement Angus veulent comprendre l'organisation et la culture de cet organisme qui mène au succès de la reconversion des Shops Angus. Plus spécifiquement, la typographie de Cuvelier (Tableau 1 et 2, chapitre 1) nous permet de donner davantage de précision sur le tourisme industriel qui y est mené. Ainsi, il s'agit d'une activité touristique organisée (des membres de la SDA guident les délégations et délivrent commentaires et explications) qui vise un « patrimoine industriel vivant » (Cuvelier, 2001). Cependant, la spécificité d'une zone en reconversion telle que les Shops Angus tient dans la présence de marqueurs d'un « patrimoine industriel mort ». Enfin, ces visites représentent une activité annexe de l'organisme (Cuvelier, 2001). Les visites demeurent irrégulières et relativement rares. Malgré leur nombre restreint, elles dévoilent un intérêt pour le modèle de reconversion d'Angus.

Ainsi, le développement territorial des Shops Angus attire des délégations de professionnels, parfois internationales. Comment expliquer cet intérêt ? Plusieurs réponses à cette question apparaissent dans les modalités particulières de la reconversion. En premier lieu, elle s'est faite en s'appuyant sur des ressources endogènes et en mobilisant cependant des ressources exogènes au territoire : « Si

dans le cas du Technopôle Angus, l'action locale s'est montrée efficace, c'est parce qu'elle a mobilisé des ressources, et que ces ressources n'étaient pas qu'endogènes » (Fontan et Klein, 2003, p. 28). En effet :

La SDA a mis les connaissances sur les dynamiques postfordistes (flexibilité, réseau, milieux innovateurs) au service d'un projet reposant sur un ancrage communautaire, ce qui a permis de renforcer les liens avec des acteurs locaux, mais aussi d'obtenir l'appui d'acteurs exogènes (gouvernements, universités, organisations syndicales, entreprises). » (Fontan et Klein, 2003, p. 27).

En plus de la combinaison des ressources, le rôle spécifique de l'OBNL Société de Développement Angus dans la reconversion interroge les visiteurs. Pecqueur (2003) souligne l'enjeu pour que les pouvoirs publics locaux parviennent à « dépasser le discours du « facilitateur » au service des entreprises présentes ou à venir pour devenir des gestionnaires des ressources territoriales » (Pecqueur, 2003, p. 46). La SDA, qui n'entre pourtant pas dans la catégorie des pouvoirs publics, joue ce rôle sur le territoire d'Angus. En effet, elle donne les principales orientations du développement en privilégiant l'implantation d'entreprises qui s'inscrivent dans la logique territoriale. La SDA détient ce pouvoir de son statut de propriétaire du terrain. Par rapport à un OBNL « classique » de développement, cette richesse foncière lui donne un poids économique et une légitimité qui lui allouent une indépendance et la latitude pour conserver les spécificités de la reconversion d'Angus (Klein et Fontan, 2003). De fait, l'objet attractif pour les délégations serait donc cette innovation sociale : un acteur issu de la société civile – qui ne défend donc les intérêts ni de l'État ni d'une compagnie privée – détient le pouvoir d'orienter le développement d'un territoire. Klein et Fontan (2003) le soulignent :

Les acteurs sociaux locaux, dans leur lutte pour l'emploi, peuvent jouer un rôle important dans le dynamisme économique, voire productif, d'une économie métropolitaine. Cela doit être souligné, car, comme le montrent divers cas dans le monde, les instances politiques et économiques ont tendance à imposer des points de vue exclusifs sans considérer le potentiel que peut receler le dynamisme économique des acteurs sociaux locaux, ni le fait que le social et l'économique sont imbriqués et que le dynamisme social est essentiel au dynamisme entrepreneurial (Klein et Fontan, 2003, p. 29).

Cette reconversion inclusive menée par un acteur social semble entrer en contradiction avec certaines modalités du développement du tourisme urbain. En effet, le tourisme urbain peut produire des phénomènes de gentrification, artificialisation et théâtralisation qui excluent du territoire les populations locales défavorisées (Judd, 1999 ; Nahrath et Stock, 2012). L'apparition de « bulle touristique », engendrée par la fixation spatiale de capitaux exogènes, et ses conséquences sociales, paraît aller à l'encontre des valeurs portées par la reconversion des Shops Angus.

Ainsi, la réinsertion professionnelle des anciens travailleurs se situe au cœur du projet de reconversion. Les individus interrogés le soulignent : « l'objectif de la revitalisation, le premier, était de recréer de l'emploi pour la population locale qui avait perdu son emploi. » (Entrevue 1, Répondant 1). Les effets *gentrificateurs* d'une touristification urbaine (Judd, 1999 ; Nahrath et Stock, 2012), inapte à inclure professionnellement les populations locales, pourraient donc expliquer que ce secteur économique a été délaissé lors de la reconversion.

De même, la création de bulles touristiques sous-tend la spécialisation d'un territoire produit pour le tourisme (Judd, 1999). Or, la reconversion d'Angus est menée par la volonté de diversifier l'économie locale : « L'objectif de la SDA était de recréer de l'emploi, mais pas refaire la même erreur, c'est-à-dire de se concentrer dans un secteur seulement, mais plutôt de multiplier les secteurs. » (Entrevue 1, Répondant 2). Ainsi, le système touristique urbain a pu paraître inadapté à cet objectif du technopôle.

Enfin, l'uniformisation des territoires touristiques urbains constitue un autre facteur qui peut expliquer la place minime accordée au tourisme dans la reconversion d'Angus. En effet, les initiatives du (re)développement des Shops Angus se basent sur les spécificités territoriales et sont portées par la société civile locale (Klein et Fontan, 2003). Ne pas exploiter les particularismes sociaux, géographiques, culturels ou patrimoniaux du territoire reviendrait à produire un « hyperespace », un espace détaché de son ancrage local (Kearney, 1995, p. 553). Dans les Shops Angus, nous observons une situation opposée : une reterritorialisation menée par un acteur social

local qui s'appuie sur des ressources autant endogènes qu'exogènes. Outre l'incompatibilité de la reconversion d'Angus face aux critères d'une bulle touristique, le territoire offre peu de potentiel pour un développement touristique à court terme. En confrontant nos connaissances du terrain au plan de développement touristique du Québec 2012-2020 (Tourisme Québec, 2012), il apparaît que les Shops Angus n'offrent pas encore d'attractions ou d'infrastructures qui pourraient l'insérer dans le circuit touristique montréalais et québécois. Ainsi, pour Montréal, les priorités ciblées par le document gouvernemental visent à renforcer l'offre déjà existante, en particulier sur le plan des grands événements, du tourisme d'affaires et du tourisme culturel (Tourisme Québec, 2012). Les Shops Angus ne disposent d'aucune salle de spectacle et les salles de réunion proposées ne sont pas assez grandes pour attirer des colloques importants. En outre, le discours transporté par le plan de développement du tourisme semble véhiculer une vision du tourisme qui s'oppose aux valeurs du technopôle. Très corporatif, il est orienté sur la sphère économique, la prospérité. Le titre même du plan en témoigne : « Un itinéraire vers la croissance » (Tourisme Québec, 2012, p. 2). Or, la reconversion inclusive, territorialisée et sociale menée par la SDA rompt avec ces discours dominants qui se concentrent sur l'objectif de l'enrichissement, qui semblent partir du postulat que la croissance économique entraîne invariablement le développement.

Or, en adoptant la triplicité de la production de l'espace de Lefebvre (1974) comme cadre d'analyse du technopôle, nous réalisons l'ampleur de l'écart entre les deux territoires étudiés. En effet, la production de l'espace de Griffintown semblerait confirmer la pensée du géographe et naître des rapports de classes et de dominations du capitalisme. Selon Lefebvre (1974), l'espace serait construit par un mode de production, où la classe bourgeoise conçoit l'espace physique, contrôle les flux qui le parcourent et construit l'espace des représentations, tout cela afin d'assurer sa domination. En revanche, lorsque nous utilisons cette théorie pour analyser le cas Angus, nous réalisons qu'elle demeure un outil pertinent de déconstruction du

processus de production de l'espace, mais que ses implications ne sont plus les mêmes.

En effet, ici, *l'espace conçu* n'est plus le produit de la classe dominante despropriétaires.

La place de la SDA dans le processus de *reterritorialisation* (Raffestin, 2012) vient associer aux Shops Angus des représentations d'un espace tourné vers l'industrie comme vers les populations locales. Il s'agit d'un *espace vécu* comme un modèle de développement. , qui renvoie à un espace de représentation attractif, valorisé par le succès de la reconversion du territoire. Les symboles de réussite attribués au Technopôle suscitent un intérêt et génèrent le déplacement de délégations venues étudier les facteurs qui ont mené à une telle reconversion. Enfin, l'espace perçu construirait les Shops Angus comme un territoire du travail, que peuvent représenter les pratiques spatiales de migrations pendulaires et la baisse d'activité l'été.

Au final, nous pouvons tout de même penser que les résultats de cette reconversion, à travers l'ouverture d'espaces publics, de restaurants, de café, pourraient devenir attractifs pour des visiteurs de Montréal. Le contexte s'y prêterait, Rosemont-la-Petite-Patrie étant un arrondissement en développement rapide avec des pôles qui gagnent en popularité touristique (la rue Beaubien, la Plaza Saint-Hubert ou la rue Masson par exemple). Toutefois, cela reste du domaine de l'« hypothèse » (Entrevue 1). De plus, les attraits de Rosemont-la-Petite-Patrie sont très peu recensés dans les institutions touristiques. Par exemple, sur le site internet de Tourisme Montréal, on ne trouve pas d'onglet consacré au quartier.

À présent que nous avons présenté indépendamment nos deux cas, nous allons tenter de voir davantage discuter des résultats transversaux aux deux territoires, ou qui les opposent. En premier lieu, nos études de cas nous ont menés à repenser aux manières d'étudier le tourisme. Ainsi, le paradigme marketing positiviste, dominant dans les études touristiques (Pritchard et Morgan, 2007), a tendance à profiler les visiteurs et les espaces, afin de donner au marché touristique de nouvelles niches à exploiter et le conseiller sur les produits à offrir pour cela. Toutefois, la catégorisation à outrance

peut tromper. À force de nous concentrer sur les facteurs de motivation au voyage, nous pouvons oublier la mesure des impacts du tourisme, autre qu'économique et statistique. Pour ce mémoire, nous voulions nous concentrer à trouver un nouveau produit touristique pour Montréal, une niche du tourisme industriel dans les anciens territoires industrialisés en reconversion.

Cependant, avec l'expérience du terrain et la constitution du cadre théorique, il nous est apparu comme un raccourci intellectuel de considérer un visiteur de Montréal qui déambule dans un ancien quartier industriel comme un touriste industriel. Les pratiques spatiales touristiques ne peuvent être toutes étudiées sous le prisme de données quantitatives, surtout dans des territoires où le tourisme est secondaire. Cela pousse à surinterpréter des pratiques, et en sous-estimer d'autres. Adopter une posture socioconstructiviste a permis, selon nous, d'éviter pour ce sujet de tomber dans un piège épistémologique.

De même, nos deux cas nous ont offert deux notions complètement opposées du territoire et de son mode de construction. Si nous envisageons le territoire selon ses définitions de géographie sociale, alors que les Shops Angus se reconvertissent en se basant profondément sur des démarches territorialisées, la réhabilitation de Griffintown nous a paru, sous certains aspects, déterritorialisante. Les discours et actions de certains promoteurs videraient le nom Griffintown de sa territorialité. Le repoussement des frontières du quartier, inexplicable sur le plan historique, vient en témoigner. De plus, certains condos qui se construisent dans des territoires proches revendiquent même l'appartenance à Griffintown. C'est le cas des condos Nordelec, qui réinvestissent l'immense bâtiment de l'ancienne usine Northern Electric Company Limited. Pour vendre ces biens immobiliers, les promoteurs écrivent sur leur site internet :

Situés au cœur du quartier Griffintown à Montréal, à proximité du marché Atwater, les condos du Nordelec vous offrent l'équilibre parfait entre design d'avant-garde et l'héritage architectural sans égal, dans un secteur en pleine croissance (Condos Nordelec, sd).



Or, le bâtiment se situe rue St Patrick, dans le quartier de Pointe-Saint-Charles. Nous nous rendons alors compte d'une considération uniquement mercantile autour d'un nom vendeur. Certains discours de promoteurs produisent donc Griffintown comme une marque avant d'être un territoire.

Nous nous sommes intéressés à la reconstruction de territorialités, qui, parce qu'elles n'avaient pas les mêmes objectifs initiaux, ont mené à la production de deux espaces très différents, dont les caractéristiques recréées ont des potentialités touristiques qui divergent aussi. Pour analyser ces deux (re)constructions territoriales, nous allons utiliser le cadre interprétatif réfléchi par Raffestin (1997) :

Si l'on considère le processus de la friche des trois points de vue spatial, temporel et social, il faut admettre qu'il y a trois mécanismes qui le sous-tendent. Le mécanisme de territorialisation-déterritorialisation-reterritorialisation, le mécanisme de temporalisation-détemporalisation et retemporalisation et enfin le mécanisme de socialisation-désocialisation resocialisation (Raffestin, 1997, p. 171).

Si ce cadre est structuré pour l'analyse des friches, nous nous concentrons sur le moment de la reconversion, que nous allons donc étudier sous l'angle spatial, temporel et social.

Pour Griffintown, la période de *détemporalisation* est relativement longue, elle commence dans la deuxième moitié des années 1960. Sous l'effet de la fermeture du Canal et de travaux qui l'enclavent et détruisent des pans entiers du quartier (autoroute Bonaventure), Griffintown se *déterritorialise* et se *désocialise*. Le mécanisme central de la reconversion à l'œuvre s'avère la *retemporalisation*. Ici, nous la lisons comme la réintégration du quartier dans les mouvements, les flux et les réseaux matériels ou immatériels, humains et monétaires. Les promoteurs replacent Griffintown dans la temporalité montréalaise et les mouvements du capitalisme. Dans ce sens, Raffestin souligne :

Nous en arrivons finalement à un paradoxe de plus en plus caractéristique dans notre société : la valeur d'usage momentanément sans valeur d'échange dans le système d'évaluation généralisé est laissée pour compte... jusqu'au moment où par des effets de mode ou de crise extrême (il suffit d'une grave crise alimentaire pour reprendre la culture sur les friches), on réutilisera cette "pseudo-friche". (Raffestin, 1997, p. 173)

Griffintown a été évincé de la temporalité montréalaise, car sa valeur d'échange a chuté. Le quartier a été (dé)construit comme un lieu à éviter. Exclue des réseaux urbains, *détemporalisé*, il s'est figé et détérioré, jusqu'à ce que la nécessité pousse la Ville de Montréal à le réutiliser. À la fin des années 2000, le quartier a été mis en vente par îlots entiers à des promoteurs immobiliers. Ces derniers ont multiplié les chantiers avec un manque d'unité et de conciliation avec la Ville de Montréal, qui n'a pas eu le temps de donner au quartier les équipements et services publics de première nécessité. Ainsi, la *resocialisation* et la *reterritorialisation* semblent encore se mettre en place aujourd'hui. En effet, plusieurs informateurs ont signalé un manque de cohérence, de concertation et d'adhésion de la communauté à la reconversion de Griffintown. Les Shops Angus n'ont pas connu cette trajectoire.

En effet, la *déterritorialisation* et la *détemporalisation* n'ont pas été à l'œuvre aussi longtemps sur ce territoire qu'à Griffintown et, surtout, n'ont pas eu d'effets si profonds et irréversibles. Des facteurs tels que la situation géographique du territoire, au cœur d'un arrondissement peuplé et dynamique, et une société civile solidaire semblent avoir préservé le territoire des anciens ateliers du Canadien Pacifique. Le fait que le terrain ait été la propriété du Canadien Pacifique, qui en était donc responsable, l'a également protégé d'usages déviants qui auraient pu lui associer un imaginaire négatif.

En revanche, la *désocialisation* des Shops Angus semble avoir été le principal mécanisme observable après la fermeture des ateliers. Cette crise sociale a laissé des centaines d'ouvriers et de travailleurs sans emplois. Pourtant, c'est elle qui a généré une mobilisation collective (Fontan et Klein, 2003). Ainsi, par l'émergence et les actions de la CDEC de Rosemont, puis de la SDA, la société civile s'est organisée pour réagir et proposer un modèle de reconversion qui profiterait à l'échelle locale. De fait, la première étape de la reconversion semble donc ici une *resocialisation*. L'émergence de leaders sociaux a rendu possible de *retemporaliser* le lieu en l'ouvrant de nouveau aux flux, aux déplacements et aux échanges. Enfin, la SDA a *reterritorialisé* les Shops Angus en définissant un projet territorial et en s'assurant

qu'une partie des retombées économiques et sociales du projet soit utilisée pour développer le territoire.

Dans nos deux territorialités (re)créées, les mécanismes à l'œuvre semblent diriger le développement touristique. En effet, à Griffintown, la retemporalisation implique une remise à neuf des espaces publics, une réhabilitation de façade qui réintègre le quartier aux réseaux et le rouvre aux visiteurs. Aux Shops Angus, le processus de resocialisation deviendrait l'attrait touristique du territoire pour les délégations qui s'intéressent au succès de la reconversion.

Nos deux territoires semblent l'objet d'un développement touristique atypique, mais limité. Toutefois, Raffestin écrit que « tous les lieux ne sont pas touristiques, mais tous peuvent le devenir » (Raffestin, 1986, p. 14). Il s'explique :

La touristicité, modalité de la territorialité générale d'une société, ne s'explique pas par l'influence des environnements susceptibles d'être qualifiés de touristiques, mais bien par une influence du modèle culturel, par une influence du milieu social (Raffestin, 1986, p. 15)

En postulant cela, il justifie d'étudier par le biais du tourisme des territoires qui ne semblent pourtant pas destinés au développement de ce secteur. La progressive (re)territorialisation de Griffintown et la Phase II du développement du Technopole Angus peuvent laisser présager d'une attractivité touristique croissante (sous toutes ses formes), dans les prochaines années.





## CONCLUSION

Nous avons donc cherché à comprendre comment le tourisme intègre les reconversions montréalaises d'anciens quartiers industriels.

Au tout début du processus de réflexion autour de ce sujet, nous pensions relever les facteurs qui pourraient inclure ces territoires dans le circuit touristique urbain de Montréal, et quelle clientèle touristique pourrait être intéressée. De fait, ç'aurait été une posture très *marketing* qui se serait inscrite dans les nombreux travaux de recherche de niches. Toutefois, nous avons rapidement réalisé qu'une démarche positiviste, classique dans les études touristiques (Pritchard et Morgan, 2007), ne suffirait pas à répondre à nos questions. De plus, il s'avère discutable d'étudier quantitativement le tourisme sur des territoires où ses flux semblent minimes. Notre cadre théorique s'est alors construit pour comprendre comment le tourisme participait – ou non – à la production de nouvelles territorialités dans des contextes de reconversion. À l'aide de travaux de géographes issus de la géographie sociale francophone et de la *critical geography* anglo-saxonne, nous avons approfondi la notion de territoire et de développement territorial, les théories de la production de l'espace et les analyses critiques du tourisme urbain. Ce faisant, nous nous sommes dotés d'outils épistémologiques clés, qui nous ont permis de définir notre méthodologie puis d'analyser nos résultats. L'étude de cas multisite qui a alors été menée à Griffintown et aux Shops Angus nous a donné un matériel riche de sens, à coder, traiter, comprendre et synthétiser. Ces résultats ont révélé deux cas distincts, dont les différences nous ont permis de mettre en avant la pluralité des reconversions possibles. Dans les deux cas, le tourisme n'est pas (encore) une ressource privilégiée, mais, malgré cela, ce secteur réussit à se diffuser dans ces territoires sous des formes inattendues. Aux Shops Angus, nous avons trouvé un modèle de reconversion

territorialisée et *territorialisante*. Sous la direction de la Société de Développement Angus, les anciens ateliers du Canadien Pacifique ont connu une reprise en main efficace qui s'est soldée par la création d'un technopôle aux missions certes économiques, mais avec un volet social très développé. Le tourisme, dans ce contexte, a semblé un secteur inadapté aux objectifs et aux aménités du territoire. Le caractère très libéral et uniformisant du système touristique urbain (Judd, 1999) ne semble pas correspondre aux valeurs prônées par la SDA. En revanche, le succès du développement territorial des Shops Angus s'est avéré attractif pour des délégations professionnelles intéressées par les conditions de ce succès. Le technopôle a même été l'objet d'un documentaire coréen. En parallèle à l'étude de ce cas, nous nous sommes déplacés à Griffintown pour bénéficier d'une comparaison entre deux secteurs qui, de prime abord, ne semblent pas avoir fait les mêmes choix de reconversion.

À Griffintown, le principal point commun avec les Shops Angus paraît la faible prise en compte du tourisme dans les reconversions. Dans les deux cas, le tourisme n'était donc pas ciblé prioritaire dans la reconversion. Toutefois, des différences importantes sont apparues dans les logiques de développement du quartier et donc dans la manière dont le tourisme s'en empare. Tout d'abord, les terrains des anciennes zones industrielles de Griffintown ont été divisés en plusieurs lots que se sont arrachés quelques grands promoteurs immobiliers. Faisant cela, la Ville de Montréal a été confrontée à des problèmes logistiques qui ont suivi la construction de nombreuses tours de condos. Ces problèmes, notamment liés aux axes de transports, représentent un des facteurs qui limite l'expansion touristique du territoire. Griffintown, continuellement en travaux depuis la fin des années 2000, présente aussi un manque d'unité architecturale et patrimoniale qui peut aussi expliquer un secteur touristique encore balbutiant. Toutefois, une attraction comme le canal de Lachine est susceptible d'attirer des visiteurs, même si sa gestion par Parc Canada entraîne une faible connexion avec le quartier. De plus, le secteur dynamique de la restauration et un hôtel présent sur place proposent une offre qui peut susciter l'intérêt d'une clientèle

touristique. Malgré ces quelques attraits, le tourisme à Griffintown semble avoir infiltré la sphère de l'immobilier résidentiel et l'organisation urbaine du quartier. En effet, les discours des promoteurs immobiliers, les produits et services qu'ils proposent et l'aménagement des espaces publics laissent entrevoir une touristification du quotidien qui brouille quelque peu la définition de ce qui est touristique de ce qui ne l'est pas. Griffintown se transforme parfois en *territoire-pancarte*, lorsque des promoteurs de quartiers voisins déclarent construire des condos « au cœur » de Griffintown alors qu'ils en sont à l'extérieur. Le tourisme et l'économie de marché ont déterritorialisé le nom du quartier. Ils l'associent davantage à un type d'habitat et une idée du luxe, plutôt qu'à un territoire. Pour l'instant, les projets immobiliers qui se sont emparés de Griffintown semblent en avoir fait un archipel d'îlots urbains qui manque d'unité pour le considérer comme un véritable projet territorial. Le mode de production capitaliste produit ici une nouvelle territorialité. Le capital des grands groupes immobiliers s'y fixe, se spatialise. Toutefois, dans ce contexte où des projets sont menés indépendamment les uns des autres, des mécanismes de territorialisation pourraient apparaître. Les populations qui y ont élu résidence se mobilisent pour se substituer au manque de structure de liaisons entre la société civile, les entreprises et l'arrondissement. La territorialisation n'est pas au cœur du projet, mais paraît donc susceptible de se développer a posteriori. En cela, le modèle s'éloigne de celui des Shops Angus, où la SDA fait en sorte qu'un espace produit pour des entreprises capitalistes demeure tout de même dirigé vers les populations locales et le développement du territoire sous gouverne de la société civile.

Quand nous avons recensé les cas d'anciennes friches industrielles reconverties pour le tourisme à l'international (à Lowell, Massachussets ; au Distillery District de Toronto, Ontario ; dans le Nord de la France et en Angleterre notamment), nous nous sommes demandés si Montréal pourrait prendre ce virage et faire un attrait de son passé et patrimoine industriels. Les (re)productions de ces espaces, menées par des projets touristique, peuvent parfois être hautement territorialisantes. En effet, la mise en valeur patrimoniale et culturelle d'anciens lieux de production, autrefois



dévalorisés, peut devenir une source de fierté et d'appropriation pour les populations qui y travaillaient et leurs descendants (Debos, 2007 ; Prat et Valiente, 2012). Dans certains cas de reconversion par le tourisme industriel, on relève aussi une (re)socialisation par l'implication des locaux dans le projet touristique. Ajoutée à la reprise économique, ces dynamiques positives peuvent participer à la création d'une nouvelle territorialité, qui ne (re)produit pas le modèle hiérarchisant et inégalitaire de l'ancien espace productif (Prat et Valiente, 2012).

Pour l'instant, les discours des acteurs du tourisme urbain montréalais occultent en grande partie le passé industrielle de la ville. Il semblerait que Montréal et ses principaux acteurs communautaires et touristiques ne croient pas au potentiel d'un redéveloppement touristique de ces territoires. Le canal de Lachine constitue le seul exemple d'un élément du passé industriel montréalais devenu attrait, mais ses impacts communautaires, notamment, semblent faibles. Pourtant, il demeure des friches patrimonieusement intéressantes à reconvertir. Parmi elles, l'emblématique Silo 5 face au Vieux Montréal jouera, peut-être un jour, un véritable rôle touristique, autre que celui de symbole.



## ANNEXES

### Annexe A : CANEVAS D'ENTREVUE

## Canevas d'entrevue

### Questions d'identification

Numéro d'entrevue :

1. Depuis combien d'années travaillez-vous à Griffintown/aux Shops Angus ?
2. Sexe : H    F
3. Occupation :

### Renseignements aux participants

#### 1. Objectifs de la recherche

Cette recherche comprend deux volets.

La recherche vise en premier lieu à évaluer le potentiel touristique des anciennes zones industrielles.

Le tourisme urbain est la forme de tourisme la plus pratiquée. Les visiteurs de ces villes peuvent-ils être portés à se rendre dans les friches industrielles en reconversion ? Quels sont les éléments qui peuvent les attirer ou, au contraire, les repousser ?

Le deuxième objectif est de comprendre comment la reconversion s'est déroulée au Shops Angus et à Griffintown et ainsi de voir si le tourisme s'est intégré dans ce processus ou pourrait le faire.

À terme, les conclusions de ce travail pourraient se constituer comme recommandations pour le développement touristique de ces places.

## 2. Participation à la recherche

La participation à la recherche prend la forme d'une entrevue semi-dirigée d'environ trente minutes dans un endroit convenant aux participants. Une communication supplémentaire pourrait être nécessaire pour cueillir plus d'information pourrait être possible.

## 3. Confidentialité

La confidentialité des données sera assurée par l'attribution d'une lettre à chaque dossier des participants. Aucune information personnelle ne sera transmise à l'extérieur du projet de recherche. Les enregistrements des entrevues seront détruits une fois le traitement des données effectués. Toutefois, les propos tenus au nom d'institutions seront identifiés à celles-ci. Le jeu des acteurs entre eux étant un élément important de la recherche. Par contre, les noms et informations permettant d'identifier les individus parlant au nom de ces institutions ne seront pas associés aux résultats. Les données seront détruites quand le mémoire de l'étudiant sera terminé (de six mois à un an).

## 4. Avantages et inconvénients

Tous les inconvénients que pourraient impliquer un dévoilement de votre identité seront contrôlés par des mesures de protection des informations qui pourraient vous identifier. En participant à cette étude, vous contribuez à l'approfondissement des connaissances sur le tourisme dans les anciennes zones industrielles et vous pouvez aider à dévoiler des pistes sur lesquelles des investisseurs pourraient miser.

## 5. Droit de retrait

Votre participation est entièrement volontaire. Vous êtes libre de vous retirer en tout temps par avis verbal, sans préjudice et sans devoir justifier votre décision. Si vous décidez de vous retirer de la recherche, vous pouvez communiquer avec le chercheur, au numéro de téléphone indiqué à la dernière page de ce document. Si vous vous retirez de la recherche, les renseignements personnels vous concernant et qui auront été recueillis au moment de votre retrait seront détruits.

## 6. Indemnité

Aucune compensation financière ne sera versée pour votre participation à la présente recherche.

## Questions d'ouverture

4. Quelle est votre activité ?

Question générale sur l'activité économique :

5. De manière générale, quel type d'entreprise s'implante aux Shops Angus/à Griffintown ?

Question générale sur l'accessibilité :

6. Comment jugez-vous l'accessibilité des Shops Angus/de Griffintown ?

7. Qu'est ce qui pourrait être amélioré selon vous ?

Question générale sur le tourisme :

8. Montréal est-elle une métropole touristique selon vous ?

Oui

Non

9a. Si oui, pourquoi ?

9b. Si non, pourquoi ?

## Reconversion d'anciennes friches industrielles

### Reconversion économique :

9. Quelle image aviez-vous de ce quartier avant de venir y travailler / de vous y installer / de mieux le connaître ?
10. Comment jugez-vous la reconversion économique des shops Angus/de Griffintown ?
11. Question Angus : Qu'est ce qui fait des reconversions des Shops Angus une réussite ?
12. Question Angus : Quels sont les ingrédients ce succès ? Qu'est ce qui a été fait différemment ?
13. Êtes-vous satisfaits du cadre de travail que le quartier vous offre ?
- 14a. Pourquoi ?

### Le tourisme dans la reconversion du quartier :

14. Selon vous, est ce que le tourisme a été un secteur intégré dans la reconversion ?
15. Si oui, comment a-t-il été intégré ?
16. Si non, est-ce qu'on pourrait commencer à l'intégrer ?
17. Pourquoi ?
18. Quelles mesures et aménagements pourrait on mettre en œuvre pour le développement touristique ?
19. Avez-vous connaissance de projets qui pourraient attirer des touristes aux Shops Angus/à Griffintown ?

### Le potentiel récréotouristique du quartier

20. Quels sont les éléments de Griffintown/des Shops Angus qui pourraient intéresser un visiteur de l'extérieur ?

21. Le patrimoine industriel peut-il être attractif ?
- 22a. Pourquoi ?
22. Il existe ce qu'on appelle un tourisme industriel, le tourisme du savoir-faire, qui se concrétise notamment par des entreprises qui s'ouvrent aux visiteurs, soit périodiquement soit à l'année longue. Y a-t-il des entreprises qui pourraient susciter un intérêt à les visiter sur votre territoire ?
23. Votre entreprise/organisme/atelier s'ouvre t'elle/il périodiquement aux visites ?
- 24a. Si non, aimeriez-vous qu'elle s'ouvre aux visiteurs ?
- 24.b Pourquoi ?

## Questions de fermeture

24. Projetez-vous de travailler longtemps à Griffintown/aux Shops Angus ?
25. Y vivez-vous ? Depuis combien de temps ? Pourriez-vous y vivre ?
26. Le revenu annuel de votre ménage est-il plus ou moins de 27 000 \$?
27. Quel est le plus haut niveau scolaire que vous avez atteint?

## Conclusion

Je tiens personnellement à vous remercier pour votre temps et vos réponses. Les données seront traitées cet automne.

Si vous voulez être avisé des publications et autres diffusions des résultats de la recherche ou encore recevoir une copie de mon mémoire j'aurais besoin de vos coordonnées. Soyez assuré que celles-ci seront gardées confidentielles et ne seront pas associées à vos réponses.

## Annexe B : les normes de hauteur du bâti à Griffintown. PPU de Griffintown.



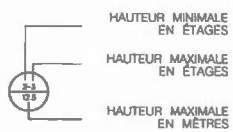


## Annexe C : les normes de hauteur du bâti aux Shops Angus.



## LÉGENDE

HAUTEURS EN ÉTAGES ET EN MÈTRES



## BIBLIOGRAPHIE

Aéroports de Montréal (2013), « Plan directeur de l'aéroport Pierre-Elliott Trudeau », 140 p.

Andres, L. et Grésillon, B. (2011) « Les figures de la friche dans les villes culturelles et créatives. Regards croisés européens », *L'Espace géographique* (Tome 40), p. 15-30.

Ateliers BRIC, Architectes + Urbanistes (2007) « Principes d'intervention pour la conservation la mise en valeur et le développement du secteur », Secteur de planification détaillée de Griffintown, 69 p.

Ashworth, G. et S. J. Page (2011). "Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes." *Tourism Management* 32(1): 1-15.

Askenazy, P. (2012). "Face à la désindustrialisation, quelle stratégie industrielle?" *Esprit*(382): 86-92.

Baribeau, C. et Royer, C. (2012) « L'entretien individuel en recherche qualitative : usages et modes de présentation » dans la *Revue des sciences de l'éducation*, *Revue des sciences de l'éducation*, Vol. 8, n° 1, pp 23-45

Baud, P., Bourgeat, S. et Bras, C. (1997) « Dictionnaire de géographie », Paris : Hatier, 509p.

Bellemare et Klein (2000). « Innovation sociale et territoire : Convergences théoriques et pratiques. » Québec, CA: Les Presses de l'Université du Québec.

Benali, K. and G. Mercier (2012). "La reconversion des friches industrielles en quartiers durables." *Cahiers De Géographie Du Québec* 56(158): 297-312.

Benbasat, I., Goldstein, D.K. and Mead, M. (1987) The Case Research Strategy in Studies of Information Systems, *MIS Quarterly*, Vol. 11, No. 3, pp. 369-386

Bläser, R. (2009) « Les ONG transnationales à Genève et à Bruxelles. Densité institutionnelle et opportunités socio-spatiales dans des villes mondiales », *Annales de géographie* 2009/4 (n° 668), p. 382-396.

Bonard, Y. and Matthey, L. (2010). "Les éco-quartiers : laboratoires de la ville durable." *CyberGeo : European Journal of Geography*.

Boyer, M. (1972), *Le tourisme*, Paris : Editions du seuil, 261 p.

Brenner, N. et Theodore, N. (2002) "Cities and the Geographies of "Actually Existing Neoliberalism"." *Antipode* 34 (3):350-376.

Brown, D. (1999) « Des faux authentiques », *Terrain*, 33 | septembre 1999, pp 41 -56

Bruneau, P. (1985), *Le rôle de l'État et des bourgeoisies urbaines dans la production d'espace de loisir au Québec*, Cahiers de géographie du Québec, Volume 29, numéro 76, p. 67-78

Brunel, S. (2012). *La planète disneylandisée : pour un tourisme responsable*. Auxerre [France], Auxerre France : Éditions Sciences humaines.

Brunet, R. (1997), *Les mots de la géographie : Tourisme et loisirs*. In: *Espace géographique*, tome 26, n°3. p. 204

Cousin, B. et Chauvin, S (2012). *L'entre-soi élitaire à Saint-Barthélemy*, *Ethnologie française* 2012/2 (Vol. 42), p. 335-345.

Burgelin, O. (1967), « Le tourisme jugé » dans *Communications*, 10. p. 65-96.

Célimène, F. et Vellas, F. (2013) « Le tourisme mondial, les inégalités internationales et le problème de la pauvreté », Études caribéennes [En ligne], 24-25 | Avril-Août 2013, mis en ligne le 25 septembre 2015

CHAIRE DE TOURISME TRANSAT. 2008. Cahier du participant. Colloque: Culture et tourisme. Au cœur de l'identité urbaine. 13-14 novembre. ESG UQAM.

Chaline, C. (1988). "La reconversion des espaces fluvio-portuaires dans les grandes métropoles." *Annales de Géographie* 97(544): 695-715.

Charle, C. (1991), « Histoire sociale de la France au XIXe siècle », Points/Histoire, Le Seuil, Paris.

Choay, F. et Merlin P. (dir) (1996), « Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement. » Presses Universitaires de France : Paris

Clarimont, S., Vlès, V., « Espaces publics touristiques urbains et développement durable : principes d'aménagement, usages et tensions. Une analyse à partir du cas de Barcelone. » In *Urbia, les Cahiers du développement durable, Tourisme, urbanité, durabilité*, numéro 10, juin 2010, p. 11-28

Crowe, S., et al. (2011). "The case study approach." *BMC Medical Research Methodology* 11: 100-100.

De La Broise P. et Gellereau M. (2004)« De l'atelier à l'atelier : la friche industrielle comme lieu de médiation artistique. »*Culture et Musées* 4(1):19-35

Debos, F. (2012) « Le développement du tourisme: facteur de valorisation du patrimoine industriel ? », PROCESSUS, PROBLEMATIQUES, ENJEUX DU PATRIMOINE INDUSTRIEL, Séminaire international 21, 22, 23 et 24 juin 2012 à Baia-Maré (Roumanie), SALLE DES CONFERENCES Centre des Affaires Millenium III, 2012, Roumanie., UNIUNEA ARTISTILOR PLASTICI DIN ROMANIA, FILIALA BAIJA MARE, p 1-14, 2012.

- Di Méo, G. (1996), « Les territoires du quotidien », Paris : L'Harmattan, Coll. Géographique Sociale, 208p.
- Duhamel, P. et Knafo, R. (2003). "Tourisme et littoral: intérêts et limites d'une mise en relation." *Annales de Géographie* 112(629): 47-67.
- Dumesnil, France et Ouellet, Claudie (2002) « La réhabilitation des friches industrielles: un pas vers la ville viable ? » *Vertigo*, vol. 3, no 2. [En ligne]. <http://vertigo.revues.org/3813>....
- Edwards, D., et al. (2008). "Urban Tourism Research: Developing an Agenda." *Annals of Tourism Research* 35(4): 1032-1052.
- Edwards, J. A. and J. C. L. i Coit (1996). "Mines and quarries: Industrial heritage tourism." *Annals of Tourism Research* 23(2): 341-363.
- Fontan J-M et Klein J-L (2004), « La mobilisation du capital socio territorial », *Lien social et Politiques*, n° 52, p. 139-149.
- Fontan J-M et Klein J-L (2003), « Reconversion économique et initiative locale, l'effet structurant des actions collectives » dans *Reconversion économique et développement territorial* dir. par Fontan et al., PUQ, pp. 11-34
- Fontan, J-M (2011) « Développement territorial et innovation sociale », dans *L'innovation sociale et territoire; convergences théoriques et pratiques* dir. par Bellemare, G. et J-L Klein, , PUQ: 17-42.
- Feifan Xie, P. (2015), « Industrial Heritage tourism » UK : *Tourism and cultural change* : 43, 254 p.
- Fournier, J-M et Raoulx, B. (2003), « La géographie sociale, géographie des inégalités », *ESO*, n° 20, pp. 25-32

Froidevaux, H. et E. Rey (2009). "Les friches industrielles, un réservoir de nouvelles urbanités." *Tracés : bulletin technique de la Suisse romande*(04): 26.

Gagnon, Y-C(2005)« L'étude de cas comme méthode de recherche : Guide de réalisation. » Québec, QC, CAN: Les Presses de l'Université du Québec. ProQuest ebrary. Web. 30 June 2015.

Germain A., Rose D., Twigge-Molecey A. (2010) « Mixité sociale ou inclusion sociale ? Bricolages montréalais pour un jeu à acteurs multiples », *Espaces et sociétés* 1 (n° 140-141), p. 143-157

Getz, D. (1991). « Festivals, special events, and tourism. » New York, New York Van Nostrand Reinhold

Getz, D. (2008). "Event tourism: Definition, evolution, and research." *Tourism Management* 29(3): 403-428.

Gottmann, J. (1961) « Megalopolis : The Urbanized Northeastern Seaboard of the United States », New York : The Twentieth Century Fund, 810p.

Grann, A.-B. (2010), « Staging places as brands : visiting illusions, images and imaginations », dans *Re-investing authenticity : tourism, place and emotions*. Bristol Toronto : Channel View Publications, pp 22-37

Gregoire, E. (2008) « Développement touristique et reproduction sociale à l'île Maurice », *Civilisations* [En ligne], 57 |

Guelton, S. (1999). "Les enjeux financiers de la dépollution des anciens sites industriels." *Géocarrefour: Revue de géographie de Lyon* 74(3): 233-241.

Guilliams, P. et J. M. Halleux (2009). « La régénération des friches industrielles à Liège et à Sheffield. », *Territoires wallons*, pp. 101-112

Gunn, C. A. (1994). *Tourism planning basics concepts cases*. Washington: Taylor & Francis.

Hagelstein, M. (2009). "Déambuler dans la ville. Une expérience visuelle critique et artistique." *FLUX NEWS - Trimestriel d'actualité d'art contemporain*, 50, p. 6-7

Hanna, D. (2007), « Griffintown : son histoire et son cadre bâti », Ville de Montréal : service de la mise en valeur du territoire et du patrimoine, 129 p.

Harvey, D. (1989) "From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism." *Geografiska Annaler B* 71 (1):3-17.

Held, D. (1980). « Introduction to critical theory Horkheimer to Habermas. » Berkeley, Berkeley University of California Press.

Hertzog, A. et Sierra A. (2010) « Penser la ville et l'urbain, les paradoxes de la géographie française », *EchoGéo* [En ligne], 12 | 2010, mis en ligne le 31 mai 2010, consulté le 18 juin 2015. URL : <http://echogeo.revues.org/11898> ; DOI : 10.4000/echogeo.11898

Inskeep, E. (1991). « Tourism planning. An integrated and sustainable development approach. » New York: Van Nostrand Reinhold.

Jamal, T-B et Everett, J., (2007), « Resisting rationalisation in the Natural and Academic Life-World : Critical tourism research or hermeneutic Charity ? » dans *The critical turn in tourism studies* dir. par Ateljevic, I. et al, pp 57-76

Judd, D. (1999) « Constructing the tourist bubble », dans *The tourist city*, New Haven and London : Yale University Press, pp. 35-54

Judd, D. and Fainstein, S. « Cities as place to play » dans *The tourist city*, New Haven and London : Yale University Press, pp. 261-273

Kearney, M. (1995) « The local and the global : the anthropology og globalization and transnationalism. » *Annual review of Anthropology* 24, pp. 547-565

Khadaroo, J. and B. Seetanah (2007). "Transport infrastructure and tourism development." *Annals of Tourism Research* 34(4): 1021-1032.

Klein, J-L. (2009) Innovation sociale et développement territorial; Introduction, *Revue canadienne des sciences régionales*, XXXII: 13-22.

Klein, J-L. et Fontan, J-M. (2003), Reconversion économique et initiative local. L'effet structurant des actions collectives, dans *Reconversion économique et développement territorial*, Montréal : Presse de l'université du Québec, pp. 11-33

Klein, J-L. et Waaub, J-P. (1996), Reconversion économique, développement lcoal et mobilisation sociale : le cas de Montréal, *Recherches sociographiques*, Vol. 37, pp. 497-515

Knafou (2013), Introduction, Actes de la journée d'études du 04 septembre 2013 : Tourisme urbain, tourisme en ville, pp 6-13

Knafou, R. (2013) Conclusion – Le tourisme intègre les stratégies urbaines, dans Actes de la journée d'études du 04 septembre 2013 : Tourisme urbain tourisme en ville, pp 64-65

Laferrière, S. et Vallée, B (1998), De la prospérité à l'incertitude : les usines Angus à Rosemont, *Cap aux diamants : la revue d'histoire du Québec*, n° 54, 1998, p. 10-13

Lavertu et Lalonde (2012), « DÉVELOPPER MONTRÉAL QUARTIER PAR QUARTIER », *Mémoire de la CDEC ROSEMONT–PETITE-PATRIE – CLD*, 45p.

Law, C. M. (1993). *Urban tourism attracting visitors to large cities*. London, London Mansell.



Lefebvre, H. (1974) *La production de l'espace*. Paris : Paris Anthropos. 4e édition : 2000, 485p.

Lefèvre, N. (2006) *L'entretien comme méthode de recherche, cours pour le Master 1 SLEC* : Université de Lille 2

Lévy, J. (1994) *L'espace légitime : sur la dimension géographique de la fonction politique*, Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 442p.

Lohmann, G. and D. T. Duval (2014). Destination morphology: A new framework to understand tourism–transport issues? *Journal of destination marketing and management*, 3: 133-136

MacCannell, D. (1976). *Re-investing authenticity : tourism, place and emotions*. Bristol Toronto : Channel View Publications, édition de 2010, 231 p.

Mao, P., et al. (2011). "Le tourisme scientifique." *Téoros* 30(2): p. 94-104.

Martin, J.-Y. (2006). "Une géographie critique de l'espace du quotidien. L'actualité mondialisée de la pensée spatiale d'Henri Lefebvre." *Articulo : Journal of Urban Research*(2).

Merenne - Schoumaker, B. (1982). "L'aménagement des friches industrielles.", *Une introduction aux études sur les friches industrielles*, Emmanuelle Maunaye pp. 19-35.

Nicula, V. and P. R. Elena (2014). "Business Tourism Market Developments." *Procedia Economics and Finance* 16: 703-712.

Nahrath S. et Stock M., (2012) « Urbanité et tourisme : une relation à repenser », *Espaces et sociétés* 3 (n° 151), p. 7-14

OCPM (2012), « Secteur de planification détaillée de Griffintown, Première étape de la consultation visant l'établissement d'un plan de développement intégré, rapport de consultation publique », 119p.

Organisation Des Nations unies (2005) Demographic Yearbook, table 6 [En ligne.]  
<http://unstats.un.org/unsd/demographic/products/dyb/dyb2005/notestab06>

Paul Smith (2015), « La reconversion des sites et des bâtiments industriels », In Situ [En ligne], mis en ligne le 07 juillet 2015, consulté le 06 novembre 2015. URL : <http://insitu.revues.org/118027>

Pecqueur Bernard (2009) « De l'exténuation à la sublimation : la notion de territoire est-elle encore utile ? », Géographie, économie, société, 2009/1 Vol. 11, p. 55-62

Pecqueur, B., et al. (2012). "Economie sociale et solidaire et territoire : un couple allant de soi ?" Revue Internationale De L&Apos(325): 48-64.

Pilette, D., et Kadri, B. (2005) « Le tourisme métropolitain : Le cas de Montréal. » Québec, QC, CAN: Les Presses de l'Université du Québec. ProQuest ebrary. Web. 6 November 2015.

Ploux-Chillès, A. (2014), « Les métropoles, locomotives de l'innovation ? », Idées économiques et sociales 2014/2 (N° 176), p. 14-23.

Prat, J.M., Valiente, G.C. (2012), « El patrimonio industrial como dinamizador del territorio. El caso del ecomuseo La Farinera, en Castelló d'Empúries (Cataluña) », Documents d'anàlisi geogràfica [0212-1573], vol:58 iss:1 pg:79 -100

Prideaux, B. (2000). "The role of the transport system in destination development." Tourism Management 21(1): 53-63.

Pritchard, A. et Morgan, N. (2007) « De-centring tourism's intellectual universe, or traversing the dialogue between change and tradition », dans The critical turn in tourism studies dir. par Ateljevic et al, pp. 11-28.

Proulx, M-U. (2005) « Territoires institutionnalisés et territoires d'émergence, dans Territoires et fonctions. Tome 1. Des politiques aux théories, Les modèles de

développement régional et de gouvernant en débat », dir. par Danielle Lafontaine et Bruno Jean, Université du Québec à Rimouski : éditions du GRIDEQ et du CRDT, pp 279-299

Raffestin C. (1997), « Une société de la friche ou une société en friche », Collage, n° 4, p. 12-15.

Raffestin, C. (1986), « Territorialité, concept ou paradigme de la géographie sociale ? » dans *Geografica Helvetica*, Nr. 2, pp. 91-96

Rallet A., Torre A. (2004) « Proximité et localisation. » In: *Économie rurale*. N°280. Proximité et territoires. pp. 25-41

Ripoll, F. (2002) « Géographie sociale et complexité : de la nécessité d'une approche "réflexive" et "constructiviste". » *ESO Travaux et Documents, Espaces et Sociétés - UMR 6590* pp.72-74. <halshs-00182157

Sassen, S et Roost, F. (1999) « The City : strategic site for the global entertainment industry », dans *The tourist city*, New Haven and London : Yale University Press, pp. 143-155

Saucier, C et al. (2007) « Axe 3 – Développement et territoire », dans Klein, J-L et D Harrisson, *L'innovation sociale; émergence et effets sur la transformation des sociétés*, PUQ, 377-395.

Simard, É. J. (2010). « "Montréal, ville de festivals" entre culture et tourisme culturel [ressource électronique] : le cas de Montréal en lumière. » *Archipel* (Montréal, Québec). L. Jacob. Montréal, Mémoire (M. en sociologie)--Université du Québec à Montréal

Sousa, C. D. (2001). "Contaminated sites: The Canadian situation in an international context." *Journal of Environmental Management* 62(2): 131-154.

Van der Maren, J-M (1995) « Méthodes de recherche pour l'éducation », Montréal :  
Les Presses de l'Université de Montréal

Sitographie :

C2 Montréal (s.d.) récupéré de : <https://www.c2montreal.com/fr/experience-c2/>

Centre Sheraton de Montréal (s.d.) récupéré de : <http://www.lecentresheraton.ca/fr>

Condos Nordelec (s.d.) récupéré de : <http://www.condosnordelec.ca/>

Devimco (s.d.) récupéré de : <http://devimco.com/a-propos/>

NIPPaysage (2011) récupéré de : <http://nippaysage.ca/fr/projet35-promenade-smith.html>

Tourisme Montréal, (2012) récupéré de : <http://www.tourisme-montreal.org/Decouvrez-montreal/Saisons/Automne/montreal-et-ses-parcs>