

Agadir : Le design des villes ou la quête d'une esthétique identitaire **Actualité Agadir et région**

Posté par: Visiteur

Publié le : 09-10-2006 23:57:29

Quand Agadir ouvre la voie de la communication urbaine...

Les villes du Maroc, du moins les plus grandes, connaissent depuis quelques temps une véritable reconfiguration. La campagne nationale de réaménagement, dont l'éradication des bidonvilles constitue la première étape, touche aussi bien aux structures qu'au renouvellement des sites. D'où un peu partout ce grand chantier urbanistique à double détente : consolider en le rénovant ce qui reste, ensuite détruire pour renouveler ce qui s'apparente au désordre et à l'anarchie urbaine.

D'une ville à l'autre, l'Etat engage désormais une politique d'impulsion au renouvellement du cadre d'habitation et de vie. Cependant, à ce processus de relance, il convient d'assigner une autre exigence, celle de l'embellissement, certains disent de «l'habillement» du cadre urbain où se renforce une certaine conurbation s'étale dans l'espace et dans le temps, la vie sociétale.

Une réflexion est aujourd'hui menée au niveau des responsables, des wilayas et des municipalités. Que l'on traverse Casablanca, Meknès, Chichaoua ou Tanger, le souci s'exprime d'une tendance à l'amélioration du cadre urbain, se traduit par l'aménagement des parcs.

A Casablanca, S.M. le Roi Mohammed VI, sensible à cette exigence de qualité de la vie urbaine et sociale, a inauguré le nouveau Jardin de l'Isesco, connu du nom de «Jardate Mardoukh». Rabat a connu l'année dernière une véritable transformation urbanistique, architecturale, décorative même. Or l'effort demeure confiné à un niveau volontariste mais non professionnel et l'image de marque de la ville ne semble pas avoir, une fois pour toutes, réduit les incohérences pour se prévaloir d'une «unité esthétique».

C'est dans cet esprit qu'a été annoncé le concept désormais acquis de «Design des villes». Lancé à l'occasion de la campagne de rénovation d'Agadir, sa paternité revient à l'agence Pentalfa, codirigée par Hicham Lahlou, lui-même architecte designer reconnu.

La ville d'Agadir s'est d'emblée positionnée pour la nouvelle «communication urbaine», et le projet de création d'une nouvelle identité visuelle a été confié, il y a quelques mois, à Pentalfa. En ce mois d'octobre, Hicham Lahlou peut se prévaloir d'avoir mené à bien l'opération de «toiletage» visuelle de la capitale du sud, puisqu'une présentation est prévue, comme le stipule le cahier des charges.

Associé au groupe international Dragon Rouge, implanté en France, il a conçu une reconstruction visuelle de la ville sur la base d'une interpellation : «Agadir, énergie vitale», qui n'a rien d'un slogan ni d'un appât publicitaire. Logo scriptural autant qu'armoiries, le message est confectionné avec le souci de résumer la mémoire de la ville : «Un grain de beauté lumineux aux portes de l'Océan», lit-on.

Les boulevards, la corniche, les artères, la voie touristique et la baie fendue attenante à la marina porteront l'esprit de cette phrase comme sur des fonts baptismaux. Stations de bus, luminaires, grilles de jardins, y compris les poubelles que la municipalité a installés y sont mis à profit. Le travail de Hicham Lahlou, faisant appel à sa technique d'architecte et de designer, a consisté à harmoniser le matériau, le béton, avec l'exigence esthétique pour offrir un ensemble cohérent.

Le design industriel devient en effet un métier. Pour la première fois au Maroc, une ville en fait appel. Il participe de cette quête identitaire des agglomérations soucieuses d'affirmer leur image visuelle, à travers la créativité, l'art et les nouvelles techniques de communication.

Le défi de Pentalfa est de singulariser le label Agadir, en créant pour elle son propre habillage qui traduit son enracinement dans une histoire qui lui est propre mais qui en fait une porte d'ouverture et de modernité. Diplômé architecte d'intérieur et designer de l'Académie Charpentier de Paris, Hicham Lahlou est parti vivre et travailler quelques années aux Etats-Unis avant de rentrer au Maroc où il a créé Pentalfa, spécialisée dans l'identité des entreprises, le Branding & Packaging.

Il a reçu le premier Prix Maroc Design «Trophées des Designers», développe une activité intense qui l'a conduit à expatrier son art et son savoir-faire, notamment dans les pays du Golfe. Son exposition «Regard sur le design au Maroc» à l'Institut du monde arabe (IMA) en 1999 et 2000 l'ont placé aux premières loges des créateurs. La fameuse théière «Koubba», créée par ses soins fait en effet partie de la collection du Musée Alessi en Italie.

Après les entreprises, ce sont les villes qui entament le parcours de renouvellement visuel et communicationnel. Et Agadir, la première à ouvrir la voie, imposera désormais son identité et son label, au niveau des sites et du mobilier urbain. Sa signalétique est une frise ployée au gré des vents océaniques, véritable appel au patrimoine historique et naturel qui associe la langue amazighe, l'arabe et le latin, donne déjà à réfléchir aux autres villes.

Source : Le Matin