



## **L'identité, une ressource dans les stratégies métropolitaines ?**

**Samuel Léon**

*Les métropoles s'affirment comme des acteurs de premier plan dans le paysage institutionnel. Leur construction politique et citoyenne est récente, et leur identité incertaine. Samuel Léon interroge le lien entre identité métropolitaine et légitimité de l'action publique. Il montre comment l'identification au territoire est devenue un enjeu majeur pour les dirigeants des grandes agglomérations.*

La métropole est au cœur du débat public (Le Saout 2012). Elle est généralement assimilée à une vaste aire fonctionnelle depuis laquelle s'organise une multitude de flux et où se concentrent les hommes, les activités et les capitaux. Pour reprendre l'expression du géographe Armand Frémont, l'échelle métropolitaine est de plus en plus appréhendée comme un lieu de vie, un « espace vécu » (Frémont 1976). La métropole est un territoire fait de représentations qui renvoient à une histoire et à un imaginaire collectif. En ce sens, elle produit aussi de l'identité.

### **L'identité territoriale, une ressource pour l'action publique**

L'identification à la métropole est le produit d'une construction historique, sociale et politique. Elle joue un rôle essentiel dans la fabrique ou « l'invention du territoire » (Alliès 1980), qui ne peut s'affirmer en dehors de processus sociaux et politiques. Manuel Castells parle de « pouvoir de l'identité », tant il considère cette dernière comme une ressource politique (Castells 1999). « Les discours identitaires s'appuient sur des idéologies à base territoriale et non plus seulement historique » (Bonnemaison 1999, p. 14). En tant que support d'une relation affective, le territoire permet de donner un caractère concret, spatialisé et donc presque matériel à l'identité. Ainsi, production identitaire et production territoriale sont intimement liées.

Le lien entre identité et territoire a longtemps reposé sur l'État-nation et ses politiques publiques (éducation, réseaux de désenclavement...) qui le légitimaient. En France, dans un contexte de reconnaissance des lois de décentralisation, « l'identité régionale a été érigée en enjeu du succès ou de l'échec de la politique de régionalisation » (Dupoirier 1994). Comme l'a démontré Romain Pasquier, la valorisation de l'identité a permis à l'institution régionale de ne pas apparaître simplement comme une entité administrative, mais comme un acteur central dans l'organisation de la vie publique et sociale (Pasquier 2012).

Le lien entre identité et légitimité de l'action publique ne va pourtant pas de soi. Si les communes, les départements, le territoire national ou des régions comme la Corse, la Bretagne ou l'Alsace peuvent s'appuyer sur un fort capital identitaire (Insee 2003 ; Guérin-Pace 2006), d'autres territoires connaissent un processus d'identification et d'appropriation territoriales plus difficile. C'est notamment le cas des métropoles.

## La métropole en quête d'identité et de légitimité

La question de l'identité métropolitaine n'est pas une question futile qui renverrait uniquement à des considérations d'image ou de marketing territorial. C'est une question fondamentalement politique au sens où elle renvoie à la démocratie locale et à la gouvernabilité des métropoles. Comme le souligne le politologue Christian Lefèvre, « pour gouverner une métropole, il faut qu'elle soit légitime [...]. Sans [identité métropolitaine], les politiques publiques et les décisions collectives sont moins légitimes sur le plan démocratique » (Lefèvre 2009, p. 72). Dans un souci d'affirmation et de légitimité territoriale et politique, les édiles métropolitains sont ainsi de plus en plus nombreux à s'interroger sur leur identité.

En France, plus de la moitié des trente aires urbaines de plus de 300 000 habitants affiche clairement l'identité comme un enjeu majeur de leur action publique (cf. figure 1). À Marseille, les trois conseils de développement de la future métropole (Aix-en-Provence, Aubagne et Marseille) ont été chargés de réfléchir sur « les cultures de la métropole »<sup>1</sup>, le pôle métropolitain de Saint-Nazaire cherche à se trouver un nouveau nom pour passer du sentiment d'appartenance à une ville à un sentiment d'appartenance métropolitaine, la métropole Clermont–Vichy–Auvergne tente de mettre en place un « récit métropolitain »<sup>2</sup>... Les territoires métropolitains les plus attachés à la promotion de leur identité sont les plus peuplés. Ce sont le plus souvent des territoires cosmopolites, recomposés par des vagues successives et permanentes d'immigrations intra-nationales et étrangères, où l'identité territoriale relève peu d'un enracinement et d'un héritage familial. Aussi, les politiques mises en œuvre pour promouvoir l'identité métropolitaine s'appuient relativement peu sur l'histoire ou la géographie. Elles sont davantage assises sur la notion de culture(s), qui renvoie moins au passé qu'aux composantes contemporaines du territoire et de sa population.

D'une manière générale, les études/diagnostics<sup>3</sup>, la promotion de la culture<sup>4</sup> et la mise en récit/communication, sont les outils les plus régulièrement utilisés. Les métropoles innovent lorsqu'elles s'appuient sur les témoignages de la population. Les expériences de la communauté urbaine de Bordeaux ou de Metz Métropole sont, à ce titre, riches d'enseignements<sup>5</sup>. Les conseils de développement des deux villes ont fait la part belle aux récits de vies, aux dessins et aux photographies des habitants afin de mieux saisir ce qui fait métropole auprès de leurs administrés. Valoriser des formes d'identification métropolitaine apparaît aussi comme le moyen de masquer ou d'édulcorer la réalité urbaine et sociale fractionnée de ces territoires. Produire de l'appartenance, c'est aussi chercher à minorer le poids des ségrégations urbaines et des inégalités.

---

<sup>1</sup> Source : [www.conseil-developpement-mpm.fr/activite-du-conseil/les-grands-debats/514-la-metropole-un-jeu-d-enfant-1.html](http://www.conseil-developpement-mpm.fr/activite-du-conseil/les-grands-debats/514-la-metropole-un-jeu-d-enfant-1.html).

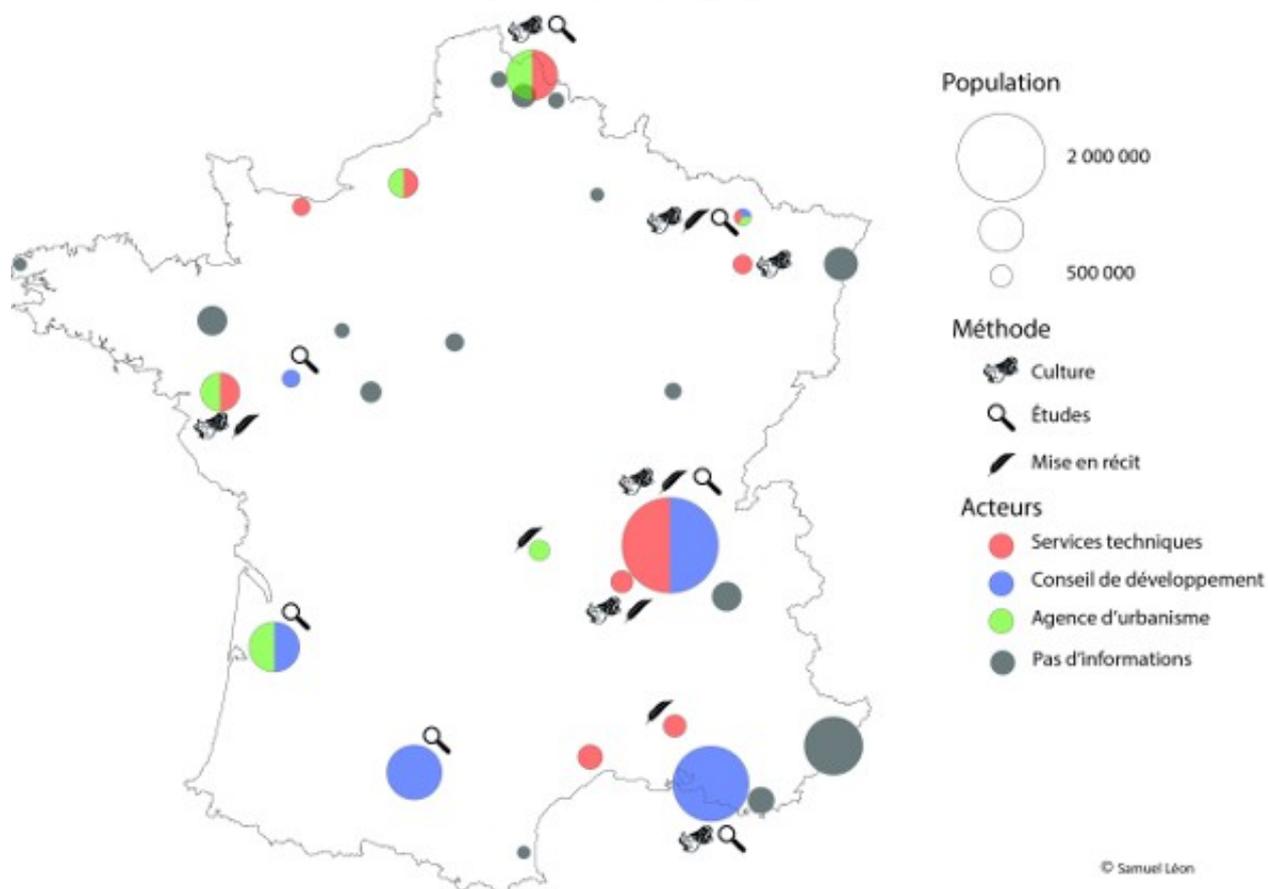
<sup>2</sup> Source : [www.clermontmetropole.org/downloads/metropole/brochure\\_recit.pdf](http://www.clermontmetropole.org/downloads/metropole/brochure_recit.pdf).

<sup>3</sup> Voir, par exemple, le travail du Conseil de développement de la région d'Angers : <http://conseil-dev-loire.angers.fr/index.php/publications/contributions-avis/item/porter-et-promouvoir-l-identite-de-la-region-angevine>.

<sup>4</sup> À cet égard, on peut citer les exemples de Lille et de Marseille, les années où elles ont été désignées « capitale européenne de la culture », respectivement en 2004 et en 2013.

<sup>5</sup> Voir le rapport du Conseil de développement de l'agglomération bordelaise ([www.bordeaux-metropole.fr/sites/default/files/PDF/gouvernance/c2d/Rapport\\_identite\\_agglomeration\\_C2D.pdf](http://www.bordeaux-metropole.fr/sites/default/files/PDF/gouvernance/c2d/Rapport_identite_agglomeration_C2D.pdf)) et le travail du Conseil de développement de la communauté d'agglomération de Metz ([www.metzmetropole.fr/medias/\\_images\\_contenu/identite/CODEV/rapport\\_identite\\_territoire.pdf](http://www.metzmetropole.fr/medias/_images_contenu/identite/CODEV/rapport_identite_territoire.pdf)).

**Figure 1. Les démarches « identitaires » entreprises par les métropoles françaises : les acteurs et les méthodes**



© Samuel Léon, 2014

### **Tramways et culture : des marqueurs identitaires métropolitains**

Pour l'architecte Elizabeth de Portzamparc, « les limites identitaires sont moins celles des lieux que celles des flux » (Portzamparc 2013, p. 16). Elle pointe ici les bienfaits attendus d'un réseau de transports en commun dense à l'échelle de la métropole qui fait lien entre les quartiers et les communes ségréguées des métropoles. À Bordeaux, la ligne A du tramway, qui enjambe la Garonne, est volontiers présentée comme un des outils de rapprochement des deux rives du fleuve, restées marquées par certaines barrières, tant physiques que mentales. En participant à la redynamisation du quartier de la Bastide (rive droite), elle favorise sa réintégration dans la vie urbaine et dans les représentations mentales. Néanmoins, pour ceux qui n'ont pas accès au tramway (personnes à mobilité réduite, plus démunis...), cette intégration métropolitaine reste limitée.

Favoriser l'identité et les pratiques métropolitaines passe également par la « mise en mouvement » du territoire par ses habitants. Produire de l'adhésion, de la participation, *via* divers projets ou événements culturels, c'est le pari qu'a relevé la communauté urbaine de Lille (dénommée « Métropole européenne de Lille » depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2015). Cette dernière avait essentiellement été un outil au service de projets portés indépendamment par les maires de la métropole. Depuis une vingtaine d'années, l'institution s'impose peu à peu comme un acteur légitime pour porter le développement de la métropole lilloise, notamment à l'occasion de la candidature aux Jeux olympiques de 2004 (Bué *et al.* 2004). Par les « maisons folies », structures d'expression culturelle et artistique réparties sur l'ensemble du territoire métropolitain, la communauté urbaine incite les habitants à s'emparer du projet culturel de la métropole et à

s'approprier le territoire au quotidien, de façon citoyenne. Selon une étude de l'Observatoire des politiques culturelles, une majeure partie de la population de la métropole lilloise s'adonne à des pratiques culturelles sur l'ensemble du territoire métropolitain. La culture contribue ainsi à la cohésion territoriale (et donc sociale) de la métropole (Le Quéau et Guillon 2012). Ceci ne constitue cependant pas une reconnaissance de la métropole institutionnelle, qui reste encore un objet flou aux yeux des citoyens (Desage et Guéranger 2011).

Dans le domaine de la culture, le patrimoine est l'élément le plus mis à contribution lorsque les métropoles souhaitent valoriser l'identité territoriale : « Si l'on veut concevoir un espace géographique signifiant pour l'individu et pour la société [...], l'on peut difficilement se dispenser de lui conférer une valeur patrimoniale » (Di Méo 1994, p. 29). Le patrimoine, matériel (la place du Capitole à Toulouse, les chantiers navals à Saint-Nazaire...) ou immatériel (le vin à Bordeaux, le littoral à Caen...) a ceci de fédérateur qu'il peut jouer le rôle d'un marqueur visible, porteur de sens. Pour les métropoles, le grand défi consiste à ne pas se limiter au patrimoine « classique », situé dans la ville-centre historique, et à voir plus loin en élargissant la notion de patrimoine à l'échelle métropolitaine. À Lille, l'accent est mis sur la reconversion des usines textiles devenues patrimoine industriel et fleuron du tourisme urbain. À Bordeaux, dans le cadre de l'été métropolitain, les habitants sont invités à venir s'installer le temps d'un week-end dans des « refuges » périurbains, ouverts dans des lieux insolites, qui incitent à découvrir le patrimoine méconnu de la métropole. Néanmoins, la portée du dispositif doit être relativisée. Si les six refuges actuellement construits connaissent un certain succès, ils ne peuvent accueillir plus de sept personnes par soir.

L'émergence d'une identité métropolitaine est perçue par nombre d'élus et d'administrateurs comme un levier d'adhésion au territoire et de cohésion sociale. L'identité est aussi un enjeu de légitimation pour ces territoires politiques – les communautés urbaines, les communautés d'agglomération – de création récente, à la différence des communes ou des départements. Sa promotion est de plus en plus intégrée dans les grands projets des métropoles et s'appuie sur des éléments communs : les références à la société civile et à son quotidien, les lieux et les liens. Mais postuler l'unité identitaire d'une métropole revient à la rendre uniforme et à gommer ses caractéristiques multiples. Or, c'est la diversité qui constitue l'essence des métropoles, leur particularité et leur force. Réussir à articuler ces différentes identités représente un défi métropolitain incontestable. Nonobstant, les vertus de l'identité ne doivent pas être surestimées. Sans projet et sans gouvernance adaptée, la métropole peut difficilement être reconnue par ceux qui la vivent au quotidien.

## **Bibliographie**

- Alliès, P. 1980. *L'Invention du territoire*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Bonnemaison, J. (dir.) 1999. *Le Territoire, lien ou frontière ? Tome 1 : Les territoires de l'identité*, Paris : L'Harmattan.
- Bué, N., Desage, F. et Matejko, L. 2004. « La "métropole" n'est-elle qu'un mot ? Retour critique sur un "lieu commun" », in Dolez, B. et Paris, D. (dir.), *Métropoles en construction. Territoires, politique et processus*, Paris : L'Harmattan, p. 71-93.
- Castells, M. 1999. *L'Ère de l'information. Tome 2 : Le pouvoir de l'identité*, Paris : Fayard.
- Desage, F. et Guéranger, D. 2011. *La Politique confisquée. Sociologie des réformes et des institutions intercommunales*, Bellecombe-en-Bauges : Éditions du Croquant.
- Di Méo, G. 1994. « Patrimoine et territoire, une parenté conceptuelle », *Espaces et Sociétés*, n° 78, « Méthodes et enjeux spatiaux », Paris : L'Harmattan, p. 15-34.
- Dupoirier, É. et Schajer, H.-D. 1994. « L'identité régionale : problèmes théoriques, perspectives politiques », in Centre de relations internationales et de science politique (Amiens) (CRISPA)/Centre universitaire de recherches administratives et politiques de Picardie

(CURAPP), *Revue française de science politique*, vol. 45, n° 1995/3, « L'identité politique », Paris : Presses de la fondation nationale des sciences politiques, p. 330-344. Disponible en ligne à l'URL suivant : [www.u-picardie.fr/labo/curapp/revues/root/33/elisabeth\\_dupoirier\\_.pdf\\_4a07ebee3711/elisabeth\\_dupoirier\\_.pdf](http://www.u-picardie.fr/labo/curapp/revues/root/33/elisabeth_dupoirier_.pdf_4a07ebee3711/elisabeth_dupoirier_.pdf).

Frémont, A. 1976. *La Région, espace vécu*, Paris : Presses universitaires de France.

Guérin-Pace, F. 2006. « Sentiment d'appartenance et territoires identitaires », *L'Espace géographique*, n° 35, p. 298-308.

INSEE. 2003. *Histoire de vie 2003*. Disponible en ligne à l'URL suivant : [www.insee.fr/fr/themes/detail.asp?ref\\_id=fd-hdv03](http://www.insee.fr/fr/themes/detail.asp?ref_id=fd-hdv03).

Lefèvre, C. 2009. *Gouverner les métropoles*, Paris : Lextenso.

Le Saout, R. 2012. « L'intercommunalité : vingt ans de développement et des interrogations », *Métropolitiques*, 15 octobre. URL : [www.metropolitiques.eu/L-intercommunalite-vingt-ans-de.html](http://www.metropolitiques.eu/L-intercommunalite-vingt-ans-de.html).

Le Quéau, P. et Guillon, V. (dir.). 2012. *Les Pratiques artistiques et culturelles des habitants de la Métropole lilloise. Les territoires de la culture de Lille Métropole*, Grenoble : Observatoire des politiques culturelles.

Pasquier, R. 2012. *Le Pouvoir régional. Mobilisations, décentralisation et gouvernance en France*, Paris : Presses de Sciences Po.

Portzamparc, E. 2013. « Identité d'une région métropolitaine », in Portzamparc, E. et Portzamparc, C., *Systèmes métropolitains*, Paris : Atelier International du Grand Paris, p. 7-54. Disponible en ligne à l'URL suivant : [www.ateliergrandparis.fr/aigp/conseil/portzamparc/AECDP-Systemes.pdf](http://www.ateliergrandparis.fr/aigp/conseil/portzamparc/AECDP-Systemes.pdf).

### **En savoir plus**

Métropop' ! (site web : <http://metropop.org>) est une association créée en 2010, œuvrant à impliquer les citoyens dans la construction métropolitaine, notamment par l'organisation d'ateliers participatifs (voir ici, par exemple : <https://idee.paris.fr/sites/default/files/Samedis%20du%20projet.pdf>).

**Samuel Léon** est urbaniste, diplômé de l'Institut français d'urbanisme et spécialisé dans les questions de stratégies territoriales. Membre de l'association Métropop' !, il s'intéresse aux dynamiques métropolitaines et à leur dimension citoyenne. En 2014, il a consacré son mémoire de fin d'études à la question de l'identité métropolitaine.

### **Pour citer cet article :**

Samuel Léon, « L'identité, une ressource dans les stratégies métropolitaines ? », *Métropolitiques*, 8 juin 2015. URL : <http://www.metropolitiques.eu/L-identite-une-ressource-dans-les.html>.