



ACHETEZ ET VOUS POURREZ VOLER

Les centres commerciaux des aéroports
Philippe Rekacewicz
visionscarto.net



Philippe Rekacewicz est géographe, cartographe et designer d'information. Son champ de recherche inclut la socio-géographie et la cartographie expérimentale et sensible. En 2021, il a publié *Cartographie radicale. Explorations* avec Nephys Zwer. Il anime le site *visionscarto.net* et vit dans un petit fjord en Norvège.

Les cartes présentées ici sont le résultat d'un long travail d'observation effectué dans de nombreux aéroports, principalement en Europe.

Le processus d'observation

Ces cartes montrent comment le grand public, les passagères et passagers, se déplacent dans un espace soigneusement dessiné par une force «invisible», c'est-à-dire par des individus ayant le pouvoir et chargés d'organiser la logistique et le flux des choses, des avions, des voitures et des personnes dans les lieux publics. Le grand public n'en sait rien, à moins qu'il ne s'attèle à un projet de recherche et ne fasse lui-même des observations sur le long cours de ces espaces afin d'en évaluer les changements. La collection de cartes a pour but de rendre visible ce processus : la prise de contrôle progressive des passagères et passagers (de leur volonté et de leur liberté de mouvement) les pousse à dépenser leur argent en marchandises, nourriture et boissons coûteuses. Dans de nombreux aéroports, après le contrôle de sécurité, on trouve de tout, des millions de bouteilles de vodka ou des cigarettes... Les cartes montrent la réduction progressive de «l'espace public possible» pour le public, qui finira par être obligé de se déplacer dans un environnement commercial entièrement organisé.

Je propose une méthodologie d'observation de ces espaces et des territoires afin de «reconquérir les rues», de récupérer leur juste usage public. Cela nécessite une approche assez stricte et disciplinée, qui peut être envisagée en deux phases.

La première phase est une démarche de recherche pure. L'observation, le suivi d'un lieu et de son évolution, est une analyse multiparamétrique qui nécessite d'envisager à la fois le temps (vision verticale) et l'espace (vision horizontale). Un lieu évolue dans le temps, à une vitesse plus ou moins rapide, et s'organise différemment en fonction du « besoin » des commanditaires que nous avons identifié dans notre problématique de départ. En ce sens, notre processus d'observation est une entreprise de déconstruction : nous cherchons à évaluer les changements et ce qui les motive (Pourquoi a-t-on fait ceci ? changé cela ? placé cette barrière ici plutôt que là ?). Le processus d'observation est corroboré par une série d'entretiens avec les responsables de l'infrastructure : architectes, directrices et directeurs de magasins, autorités aéroportuaires et responsables techniques du ministère. Ces personnes se voient poser les mêmes questions, afin que les réponses puissent être comparées et interprétées. Ensuite un entretien libre permet de recueillir leurs sentiments, opinion, domaine de compétence, souhaits, intérêt, inconfort, etc.

La deuxième phase consiste à tester les résultats *in situ*. On peut lancer des actions d'occupation du terrain, impliquer par exemple les passagères et passagers dans un projet de cartographie participative. On peut ensuite faire connaître le problème aux médias par des cartes et des récits. À partir de ces nouvelles productions de savoirs, on pourra interpellier les principaux groupes impliqués sur ce qu'ils font et sur l'impact qu'ont leurs actions sur les personnes, les compagnies aériennes, les évolutions sociales, la société de consommation, et finalement, l'environnement et le climat.

Cette méthodologie est celle de la cartographie radicale : la collecte de données est suivie de leur visualisation et de l'analyse des phénomènes posant problème. On agit ensuite directement sur le terrain en impliquant les actrices, acteurs, spectatrices et spectateurs dans un « acte de résistance ». Ce processus combine deux leviers : l'accès à la connaissance et la mise en œuvre concrète de la résistance.

Un cas exemplaire

Au travers de la cartographie, je cherche à donner l'alerte face à un processus qui prive de plus en plus les gens de leur liberté de mouvement et renforce le contrôle et la surveillance. Ce choix de société nous est imposé sans notre consentement. Partout dans les bureaux de poste, les gares, les aéroports, les rues, l'espace public est privatisé et le public se voit téléguidé vers des espaces commerciaux.

Il y a quelques années, j'étais à l'aéroport récemment rénové de Kristiansand-Kjevik, en Norvège. Mon vol avait du retard, alors j'ai cherché un endroit où prendre un verre avec les gens qui m'avaient accompagné. Le café se trouvait de l'autre côté du contrôle de sécurité. Une heure passe, pas d'avion, pas de nouvelles – et pas de bureau d'information. Je me rends aux portes d'embarquement pour savoir ce qui se passe, mais l'accès à ces portes a disparu. Je demande à un agent de sécurité à l'entrée du magasin hors taxes comment y accéder. Il me répond que je dois passer par le magasin. Je lui explique que je vais juste aux nouvelles, pensant pouvoir revenir par le même chemin. Il me rétorque que ce n'est pas possible : si je reviens par le magasin, je dois repasser par la douane. Au lieu de passer directement par un couloir public pour rejoindre la porte d'embarquement, j'ai dû traverser une boutique remplie de jouets, de parfums, de chocolats et de bouteilles de gin... L'aérogare était autrefois un espace ouvert, mais elle est désormais divisée en trois secteurs, le passage d'un secteur à l'autre étant strictement contrôlé. Lors d'un autre voyage, c'est une fois arrivé sur le tarmac que j'ai découvert avec une certaine gêne que l'un de mes enfants, alors âgé de deux ans et demi, avait rempli sa veste de paquets de bonbons et d'une grosse bouteille de Chanel n° 5, marchandises innocemment empochées en traversant la boutique hors taxes par laquelle on est obligé·e de passer pour se rendre aux portes d'embarquement.

Ces deux incidents ont été à l'origine du projet Duty Free Shop. Il vise à étudier les nouvelles stratégies

d'organisation de l'espace et de la circulation piétonne qui modifient la nature et la finalité des espaces publics. Dans les aéroports européens, j'ai observé les mouvements, les objets, les attitudes du personnel aéroportuaire, le décor, l'éclairage, le design et la signalisation, et j'ai dessiné des cartes pour expliquer les changements d'aménagement et leur signification. Les responsables de ces changements sont les autorités aéroportuaires, les ministères des Transports et les entreprises qui gèrent les espaces commerciaux et les services aéroportuaires. Il s'agit d'une véritable production théâtrale pour laquelle les décideurs distribuent les rôles et forment les vedettes et les figurants : agent·es de sécurité, personnel des boutiques hors taxes, personnel au sol des compagnies aériennes, personnel des douanes, policières et policiers et, bien sûr, les gens qui voyagent. Ces personnes collaborent à l'aménagement intérieur des terminaux, décident du décor, de l'éclairage et des champs de vision, des zones «ouvertes» et «fermées». Tout est conçu pour amener les passagères et passagers au point où elles et ils céderont à l'acte d'achat. Les autorités aéroportuaires nient toute implication dans ces changements. Jo Kobra, ancien responsable des relations avec les médias à l'aéroport d'Oslo, m'a déclaré : «Les responsables des boutiques décident de leurs propres stratégies de vente.» En disant cela, il n'a pas pu me regarder dans les yeux. Le fait est que ces magasins gagnent de l'argent et que les autorités aéroportuaires en reçoivent une part.

Quand le commerce sauve de la crise

La vulnérabilité de l'aviation civile est apparue dans les années 1950, après que deux avions ont été détruits au-dessus de l'Amérique du Nord par des bombes placées dans leur soute à bagages, en 1949 et 1955. Les motifs des poseurs de bombes étaient l'infidélité conjugale et la fraude à l'assurance-vie. Malgré cela, pendant près d'un demi-siècle encore, les aéroports ont été des lieux relativement ouverts où les familles venaient passer

une journée agréable, à devisager les personnes VIP et à rêver devant les affiches annonçant des destinations exotiques. Les attentats à la bombe contre le vol 772 d'UTA (Union des transports aériens) en 1988 et contre le vol 103 de la Pan American Airlines en 1989 avaient déjà conduit à un renforcement des systèmes de surveillance et de sécurité, mais les attentats du 11 septembre 2001 inaugurent une nouvelle ère : le transport aérien subit alors un effondrement qui dure jusqu'en 2005 et les compagnies aériennes et les autorités aéroportuaires sont confrontées à une crise sans précédent. De nombreux aéroports et compagnies aériennes ont d'abord bénéficié de subventions publiques massives, notamment en Amérique du Nord, mais les aéroports ont rapidement été sommés de couvrir leurs propres frais de fonctionnement, ce qui était d'autant plus difficile que les taxes sur les billets d'avion avaient été considérablement réduites, voire temporairement supprimées, pour relancer la croissance. La gestion des aéroports a alors été confiée à des entreprises privées, publiques ou semi-publiques.

La solution trouvée par les nouveaux gestionnaires a consisté à transformer les aéroports en espaces commerciaux. Certains sont devenus des petites villes, avec supermarchés, boutiques hors taxes, parkings, hôtels, centres d'affaires et de conférences. Les aéroports perçoivent une commission sur le chiffre d'affaires généré. Ces chiffres ne sont pas publiés. Après le 11 septembre, les aéroports ont également revu leur approche de la surveillance et de la sécurité. Le «monde extérieur» était désormais strictement séparé du «monde intérieur». Passer de l'un à l'autre signifie être scanné, fouillé, palpé et dépossédé de tout objet présentant une «menace» (y compris une bouteille d'eau minérale). Ainsi, les aéroports sont-ils devenus des espaces hyper-commercialisés et hyper-sécurisés, dans lesquels les voyageuses et voyageurs sont emprisonné·es. Les sociétés de gestion ont réorganisé le flux de personnes dans les terminaux, les transformant en laboratoires où elles testent de subtiles modifications spatiales pour déterminer comment tirer le maximum d'argent d'un public manipulé et canalisé

à travers des zones spécialement conçues à cette fin et remplies de marchandises alléchantes.

Tout dans l'espace «intérieur» est réglementé, de la liberté de se réunir en groupe à la photographie. Aucune plainte n'est autorisée, on ne peut choisir son itinéraire. Il s'agit d'une économie capitaliste et monopolistique où quelques multinationales seulement gèrent des centaines de magasins, de restaurants, de bars et les services au sol des compagnies aériennes, sous-traitant le travail à des opérateurs locaux. Le droit à l'information y est bafoué : les avis exposant les «droits des passagers» sont placés là où ils sont les moins visibles, dans des coins sombres ou derrière des piliers. La publicité basée sur des thèmes tels que le rêve, le voyage et le sexe escamote la façon dont l'espace public a été confisqué. La première étape consiste à désorienter les gens. Les agent·es de sécurité et le personnel des boutiques hors taxes portent des uniformes presque identiques. Le personnel des boutiques est lui-même chargé de maintenir l'ordre à l'intérieur et autour des magasins ; les agent·es de sécurité font, de leur côté, office de rabat-teuses et rabatteurs pour les boutiques. J'ai vu un jour, à Kristiansand-Kjevik, un agent désigner d'autorité à un groupe l'une des deux portes situées derrière lui et diriger ainsi l'ensemble des passagères et passagers d'un vol vers la boutique hors taxes. Personne n'a vu la porte voisine, qui menait directement à la récupération des bagages.

Passage obligé par les boutiques

La signalisation utilise les mêmes codes graphiques pour diriger les passagers vers les portes d'embarquement et pour faire de la publicité pour les boutiques, de sorte que les gens pensent obtenir des informations, mais lisent en fait une publicité ; ils pensent partir en voyage et finissent dans les boutiques. À l'aéroport de Gatwick, à Londres, les principales toilettes se trouvent à l'intérieur de la boutique hors taxes et elles sont

traitées comme une commodité pour le client et non comme un service au public. Pour monter à bord d'un avion à Bruxelles, les gens doivent passer par des boutiques – une petite thérapie commerciale forcée après les épreuves de l'enregistrement et du contrôle de sécurité. Il y a moins de dix ans, les espaces commerciaux des aéroports (où tout est payant) étaient distincts des espaces publics (où tout est gratuit). Aujourd'hui, ces espaces ont fusionné et à Londres, Oslo, Bergen et Milan, les couloirs publics «gratuits» ont tout simplement disparu. Les deux espaces existent parfois côte à côte : le monde commercial est soigneusement pensé, brillamment éclairé, rempli de marchandises et ses couleurs sont dominées par le blanc brillant, le jaune vif et le rouge ; les espaces publics où les gens peuvent s'asseoir (à condition de trouver un siège) sont souvent gris verdâtre. Dans des aéroports comme celui de Copenhague, de nombreux sièges ont été supprimés pour faire place à des restaurants et des boutiques. Ces zones inconfortables n'ont droit à aucune fioriture : elles ne sont pas considérées comme utiles.

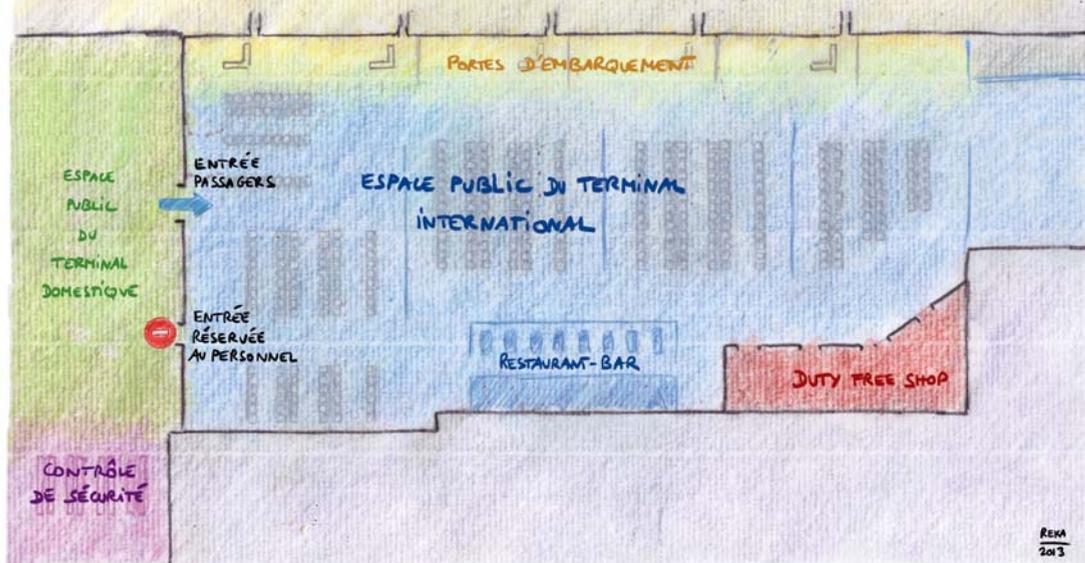
Ces changements ne touchent qu'un petit nombre de personnes (seuls 10 à 15 % des Européen·nes prennent régulièrement l'avion), mais ils préfigurent ce qui se passe actuellement dans d'autres espaces autrefois publics, notamment les gares et les stations de métro, des rues entières et les centres-villes. La gare Saint-Lazare de Paris est devenue un centre commercial ; à Bodø, dans le centre de la Norvège, la totalité de la rue principale a été privatisée.

Photomontage et cartes par Philippe Rekacewicz.

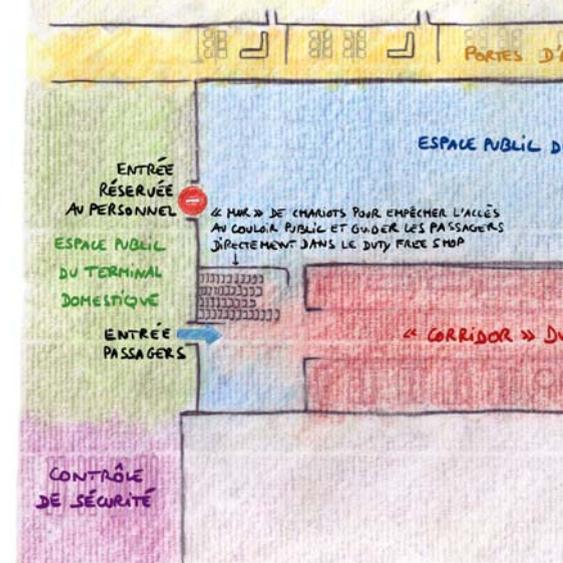
OSLO-GARDERMOEN

2005

ULTRAMODERNE ET CONFORTABLE,
IL Y FAISAIT BON SE POSER DANS LE CALME ET LE SILENCE
POUR OUBLIER LE CHANT DU DEHORS

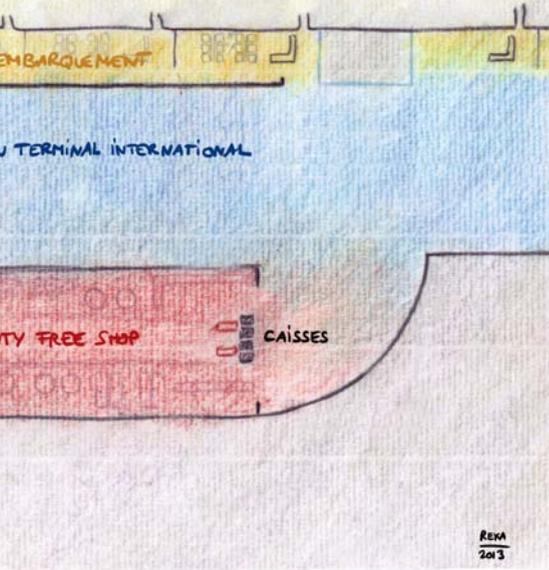


AH ÇÀ ! IL EN ÉTAIT FIER, DE SON CONCEPT, LE DIRECTEUR:
UN MAGASIN « CORRIDOR » OÙ TOUT EST ATTRAPABLE
JUSTE EN TENDANT LE BRAS À GAUCHE OU À DROITE



2006

ET RI'S... ILS ONT INVENTÉ LE « MUR » DE CHARIOTS.
IL FALLAIT BIEN LES METTRE QUELQUE PART



2007

« UN COULOIR PUBLIC ?
D'ACCÈS, MAIS À VOS RISQUES ET PÉRILS »,
A-DIT LE PORTE-PAROLE DE L'AÉROPORT

CHOIX CORNÉLIEN: ÊTRE ÉCRASÉ PAR UNE RANGÉE DE CHARIOTS
OU SE PROMENER AU MILIEU DES CARTOUCHES DE CIGARETTES
QUI NOUS PROMETTENT UNE MORT LENTE ET ATROCE

