



## **MASTER TOURISME**

Parcours « Tourisme et Développement »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

**La place du phénomène touristique dans la reconnaissance des valeurs du  
Patrimoine culturel immatériel**

Le cas du savoir-faire de la verrerie en Lorraine

Présenté par : Angelina Trapy

Année universitaire : 2021– 2022

Sous la direction de : **Jacinthe BESSIERE**





## **MASTER TOURISME**

Parcours « Tourisme et Développement »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

**La place du phénomène touristique dans la reconnaissance des valeurs du**

**Patrimoine culturel immatériel**

Le cas du savoir-faire de la verrerie en Lorraine

Présenté par : Angelina Trapy

Année universitaire : 2021– 2022

Sous la direction de : **Jacinthe BESSIERE**

*« L'ISTHLA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tutorés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propres à leur auteur(e). »*

## Remerciements

---

Tout d'abord, je souhaite remercier Madame Jacinthe Bessière qui m'a accompagné tout au long de mes recherches et dont les conseils précieux m'ont permis la réalisation de ce mémoire.

Je tiens également à remercier mes amis, notamment ceux de la promotion du Master 1 Tourisme et Développement, pour leur soutien sans faille et leurs encouragements tout au long de l'écriture de ce mémoire, mais également ma famille qui m'a accompagné dans chaque étape de ce travail.

Enfin, je remercie la personne que j'ai pu interroger durant ma phase d'entretien qui m'a apporté un grand nombre de richesses et de connaissances en lien avec le savoir-faire du verre en Lorraine.

## Sommaire

---

<b>REMERCIEMENTS .....</b>	<b>3</b>
<b>SOMMAIRE .....</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCTION GENERALE .....</b>	<b>9</b>
<b><u>PARTIE I : CULTURE ET TOURISME : LE PHÉNOMÈNE TOURISTIQUE AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DU PATRIMOINE ? .....</u></b>	<b><u>12</u></b>
<b>INTRODUCTION DE LA PARTIE I .....</b>	<b>13</b>
<b>CHAPITRE I - LE LIEN ENTRE CULTURE ET TOURISME : UNE RELATION A LA FOIS COMMUNE ET COMPLIQUEE .....</b>	<b>15</b>
<b>CHAPITRE II - LE PATRIMOINE ET LA PATRIMONIALISATION : DES PHENOMENES QUI S'INSCRIVENT DANS L'EVOLUTION DE LA CULTURE .....</b>	<b>24</b>
<b>CHAPITRE III - LA PLACE DU TOURISME DANS LE PROCESSUS DE DEVELOPPEMENT DU PATRIMOINE.....</b>	<b>37</b>
<b>CONCLUSION DE LA PARTIE I .....</b>	<b>48</b>
<b><u>PARTIE II : LES ENJEUX ET LES REPRÉSENTATIONS DU PATRIMOINE CULTUREL IMMATÉRIEL AU REGARD DES COMMUNAUTÉS ET DES TOURISTES .....</u></b>	<b><u>50</u></b>
<b>INTRODUCTION DE LA PARTIE II.....</b>	<b>51</b>

<u>CHAPITRE I - DES COMMUNAUTES LOCALES QUI JOUENT UN ROLE DETERMINANT DANS LA RECONNAISSANCE DU PATRIMOINE CULTUREL IMMATERIEL .....</u>	<u>52</u>
<u>CHAPITRE II - UN PATRIMOINE EN PLEINE CONSTRUCTION QUI FAIT FACE A DE NOMBREUX ENJEUX ET DE NOMBREUSES LIMITES.....</u>	<u>61</u>
<u>CHAPITRE III - LE PATRIMOINE CULTUREL IMMATERIEL SE CONSTRUIT A TRAVERS LES REPRESENTATIONS ET LES PRATIQUES DES TOURISTES.....</u>	<u>72</u>
<u>CONCLUSION DE LA PARTIE II .....</u>	<u>80</u>
<u><b>PARTIE III : LE SAVOIR-FAIRE DE LA VERRERIE FRANÇAISE EN LORRAINE .....</b></u>	<u><b>81</b></u>
<u>INTRODUCTION DE LA PARTIE III.....</u>	<u>82</u>
<u>CHAPITRE I – À LA DECOUVERTE DU TERRITOIRE DE LA LORRAINE ET DU SAVOIR-FAIRE DE LA VERRERIE .....</u>	<u>83</u>
<u>CHAPITRE II - LA METHODOLOGIE APPLIQUEE POUR LA VALIDATION DES HYPOTHESES.....</u>	<u>105</u>
<u>CHAPITRE III – LES RESULTATS OBSERVES.....</u>	<u>115</u>
<u>CONCLUSION DE LA PARTIE III.....</u>	<u>127</u>
<u>CONCLUSION GENERALE .....</u>	<u>129</u>
<u>BIBLIOGRAPHIE .....</u>	<u>132</u>
<u>TABLE DES ANNEXES .....</u>	<u>139</u>
<u>LEXIQUE DU SAVOIR-FAIRE DE LA VERRERIE .....</u>	<u>153</u>

**TABLE DES FIGURES.....156**

**TABLE DES TABLEAUX .....158**

**TABLE DES MATIERES .....159**

## Introduction générale

---

Dans la volonté de plus en plus présente chez les individus de trouver une certaine authenticité dans leur quotidien mais également dans leur voyage, la culture et le patrimoine apparaissent comme des réponses à ces attentes. En effet, dans cette quête de l'autre, mais également de soi, l'identité culturelle se manifeste à travers des détenteurs et des touristes qui souhaitent partager leur us et coutumes. En réponse à ce besoin de plus en plus présent, le Patrimoine immatériel s'inscrit dans ces réflexions, car il est fédérateur et rassemble en son sein des communautés, représentatives de leur savoir-faire et de leur tradition, qui souhaitent valoriser et sensibiliser à la reconnaissance de leur pratique notamment auprès des touristes qui sont porteurs de leur propre identité et de leurs propres représentations et images concernant la culture et le patrimoine.

Face à ces arguments, il est évident, pour nous, de nous orienter sur les questions d'appartenance et de reconnaissance qui peuvent émaner du Patrimoine culturel immatériel en lien avec les communautés et le tourisme. Ainsi, nous avons dégagé une première question de départ : « *En quoi le Patrimoine culturel immatériel s'inscrit-il dans une démarche de développement touristique et durable ?* ». Cette question nous a permis d'appréhender les différentes approches, mais également pensées d'auteurs et d'experts, et nous avons pu nous rendre compte que le Patrimoine culturel immatériel se manifeste bien au-delà de la simple représentation d'un savoir-faire. Aujourd'hui, il s'inscrit au cœur des territoires, au cœur d'une communauté et d'individus qui le considèrent comme faisant partie intégrante de leur identité et de leur culture. Par ailleurs, ce patrimoine est de plus en plus présent dans le marketing territorial et dans le tourisme, car les tendances touristiques influencent de plus en plus la reconnaissance du patrimoine dans le monde entier.

Les recherches que nous avons pu effectuer nous ont, certes, permis de retirer les éléments cités précédemment, mais également d'en analyser de nouveau afin d'apporter plus de connaissances dans ce mémoire et ainsi pouvoir mettre en place des grandes

parties en lien avec ces sujets, car, le Patrimoine immatériel est fédérateur, mais fait face à de nombreux enjeux qui sont essentiels à énoncer pour comprendre tout ce qui peut s'y apparenter.

Ainsi, grâce à notre réflexion face à cette question, la première partie de ce mémoire va nous permettre de contextualiser le lien qui prédomine entre le tourisme et la culture. L'objectif de cette partie va être de définir les notions de culture, de patrimoine et de tourisme tout en analysant leur relation et leur limite. En effet, nous observons que le tourisme s'inscrit de plus en plus dans le développement culturel et patrimonial des territoires, mais également des savoir-faire qui peuvent être associés au Patrimoine immatériel. Il est donc nécessaire de comprendre les facteurs qui créent ce lien avant de pouvoir se pencher sur la deuxième partie de ce mémoire.

Dans une deuxième partie, nous mettons en évidence nos hypothèses que nous avons développées grâce à notre recherche documentaire. Dans un premier chapitre, nous analyserons la place que peuvent occuper les communautés dans le processus de patrimonialisation et de reconnaissance du Patrimoine immatériel : en effet, elles jouent un rôle clé dans la représentation et la légitimité de ce patrimoine même si, comme nous allons le voir, il est parfois difficile de contrer certaines tendances notamment touristiques. Dans un deuxième chapitre, nous montrons que le Patrimoine immatériel est, certes, un garant de l'identité culturelle, mais que ce dernier fait face à de nombreuses difficultés en lien avec sa légitimité et sa reconnaissance sur la scène nationale et internationale. En effet, le tourisme peut être un facteur de développement pour le patrimoine, mais également être une source de conflits concernant la représentativité que peuvent se faire les acteurs de ce dernier. Enfin, dans un troisième chapitre, nous ne pouvons pas parler de communautés, de patrimoine et de culture sans parler du regard des touristes notamment face aux représentations et aux images que peuvent avoir ces derniers sur la culture. Durant nos recherches, nous avons observé que le touriste s'inclut de plus en plus dans la culture à travers le tourisme culturel et un profil type à cette forme de tourisme. En effet, l'imaginaire touristique devient un des piliers de la représentation du Patrimoine culturel immatériel et nous allons montrer pourquoi.

Ainsi, les hypothèses et les arguments, qui tiennent compte de nos lectures, vont nous permettre de déboucher sur une troisième partie.

Enfin, cette dernière partie va nous permettre de confronter nos hypothèses sur un terrain d'étude qu'est la Lorraine et notamment de faire un focus sur le savoir-faire de la verrerie. En effet, la Lorraine est un territoire fort de par son identité culturelle et de par l'héritage de pratiques représentatives du territoire. Le choix de la Lorraine nous est apparu comme évident, car il s'inscrit dans les dynamiques du Patrimoine immatériel et dans ces objectifs, mais également le savoir de la verrerie est aujourd'hui classé à l'Inventaire national du Patrimoine culturel immatériel. Ainsi, ce territoire est un parfait terrain d'étude, car nous allons pouvoir confronter nos hypothèses sur un territoire dynamique en lien avec un savoir-faire représentatif d'une communauté et d'un héritage transmis de génération en génération. De plus, cette confrontation avec nos hypothèses nous permettra de déboucher sur des résultats que nous pourrions mettre en place sur le terrain.

---

PARTIE I: CULTURE ET TOURISME: LE PHÉNOMÈNE  
TOURISTIQUE AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DU  
PATRIMOINE ?

## Introduction de la partie I

---

Tout au long de nos recherches, nous avons rapidement compris que le tourisme et la culture sont à la fois liés par le phénomène de patrimonialisation, mais souvent en opposition quant à la place du tourisme dans le patrimoine et des conséquences que ce dernier peut entraîner.

Avant d'entamer une argumentation sur cette question, il est important de définir les termes que nous rencontrerons, car indispensable à la bonne compréhension de notre réflexion et des auteur(e)s que nous pourrions mettre en avant dans ce mémoire.

Dans un premier temps, il est à noter que la culture et le tourisme sont aujourd'hui au cœur du processus de développement des territoires, mais il est parfois difficile de les associer au patrimoine des territoires concernés. En effet, une majorité associe le patrimoine à l'architecture, l'exceptionnel et souvent des sites connus et reconnus mondialement. Il nous semble donc primordial de comprendre le lien entre la culture et le tourisme : quels sont ces fondements, ces enjeux et comment se caractérise le tourisme culturel ?

Dans un deuxième temps, cette culture, notamment avec le tourisme culturel, a su évoluer jusqu'à de nouvelles formes de culture spécifiques : celles du patrimoine et du phénomène de patrimonialisation de la culture à travers les pratiques et les savoir-faire des communautés. Le Patrimoine culturel immatériel (PCI) fait partie intégrante de ces phénomènes de patrimonialisation qui ont fait évoluer la culture et le sens que nous pouvons lui associer. Il est indispensable de comprendre la place du patrimoine dans nos sociétés, mais surtout de ce patrimoine immatériel qui a su mettre en commun, en plus de la culture, les pratiques des communautés et des individus qui en sont les acteurs malgré une légitimité parfois contrastée et des objectifs difficiles à atteindre.

Dans un troisième temps, nous observerons que ce phénomène de patrimonialisation est certes, lié à la culture, mais qu'il est aussi, de plus en plus, associé au tourisme. En effet, le tourisme est un objet pluridisciplinaire qui a su trouver sa place dans de nombreux domaines et qui a su évoluer face à la demande touristique et culturelle de plus en plus exigeante et en besoin d'authenticité. C'est aujourd'hui un véritable outil de développement, mais est-il un gage de

durabilité ? N'y a-t-il pas des risques ? C'est ce que nous tenterons d'expliquer dans cette dernière partie.

## Chapitre I - Le lien entre culture et tourisme : une relation à la fois commune et compliquée

---

Depuis l'époque du Grand Tour qui permettait aux jeunes aristocrates anglais de « s'éduquer » à un certain rang social en voyageant dans toute l'Europe, la culture a su se réinventer et faire appel à de nouveaux domaines notamment celui du tourisme. Aujourd'hui, ces deux domaines sont complémentaires et nous avons parfois du mal à les dissocier. Mais, au fur et à mesure de nos lectures, nous nous rendons compte qu'il est parfois difficile de les associer tant leurs processus de développement sont différents.

### 1. Qu'est-ce que la culture ?

#### 1.1. La définition de la culture

Afin de mieux comprendre son lien avec le tourisme, il faut remonter aux origines de la culture et de sa définition. Du latin *cultura*, la définition de la culture a évolué au fur et à mesure des siècles. Selon le Dictionnaire de l'Académie française, dès le XII<sup>e</sup> siècle, cette culture se rattache au travail de la terre et à la production agricole. Ce n'est qu'à partir du XVII<sup>e</sup> siècle que sa définition a changé se tournant vers le développement du corps et de l'esprit : « *Effort personnel et méthodique par lequel une personne tend à accroître ses connaissances et à donner leur meilleur emploi à ses facultés. S'adonner, se consacrer à la culture de son intelligence, de son goût. Développer par la culture ses dons naturels. La mémoire est à la base de toute culture.* »<sup>1</sup> faisant écho aux besoins de culture pour s'élever à un certain rang social. Mais le XX<sup>e</sup> siècle a marqué un tournant dans cette définition de la culture notamment avec la Déclaration universelle des droits de l'homme qui définit cette culture comme une liberté, un droit fondamental qui est détenu par un individu, une communauté ou un groupe à travers des artefacts ou encore des rituels auxquels les individus pourront se rattacher : « *La culture, dans son sens le plus large, est considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle*

---

<sup>1</sup> Dictionnaire de l'Académie Française. Culture, 2021 [en ligne]. Disponible sur <https://www.dictionnaire-academie.fr/article/A9C5286>. Consulté le 13/02/2022.

*englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances* »<sup>2</sup>. La définition de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la Culture (UNESCO que nous utiliserons tout au long de notre réflexion), précédemment citée, confirme que la culture réside, aujourd'hui, dans la reconnaissance des pratiques culturelles des communautés, c'est-à-dire « *l'ensemble des activités de consommation ou de participation liées à la vie intellectuelle et artistique, qui engagent des dispositions esthétiques et participent à la définition des styles de vie : lecture, fréquentation des équipements culturels, usage des médias audiovisuels, loisirs ...* » (Observatoire de la Jeunesse, 2012, page 1), et dans le sentiment d'appartenance à sa propre culture.

## **1.2. Une culture qui se caractérise par des acteurs diversifiés**

Les acteurs du développement et de la culture sont très divers et sont en constante interaction avec les touristes. Ce lien est maintenu, car les acteurs de la culture le maintiennent et le nourrissent alors que le touriste, lui, ne veut pas être privé de cette culture. Pour que cela fonctionne, des stratégies de positionnement du territoire ou de la destination se mettent en place avec des acteurs directs comme des professionnels de la culture ou du tourisme ; des acteurs indirects comme les associations ou des personnes participant à la vie culturelle de leur territoire par exemple ; et enfin, ceux qui vont instrumentaliser la culture pour le développement économique, social, l'aménagement ou encore pour le développement marketing comme des élus locaux par exemple. Ces acteurs ont ainsi pour rôle de sauvegarder cette transmission de la culture : ce système d'acteur voire cette hiérarchisation va maintenir l'évolution de cette dernière, car indispensable afin de pérenniser l'appropriation par les acteurs. Par ailleurs, ce modèle d'acteur s'applique aussi au tourisme, car il facilite l'appropriation de la culture par le local.

Cependant, cela entraîne quelques difficultés, car beaucoup d'acteurs du tourisme ne mettent pas en avant le lien entre culture et tourisme. En effet, la culture est représentée, même encore aujourd'hui, comme un objet de luxe qui représente la connaissance et le savoir alors que le tourisme et en particulier les touristes sont représentés comme une « masse », une « vulgarité »,

---

<sup>2</sup> Office Fédérale de la culture. *Définition de la culture par l'Unesco*, 01/09/2013 [en ligne]. Disponible sur <https://www.bak.admin.ch/bak/fr/home/themes/definition-de-la-culture-par-l-unesco.html>. Consulté le 13/02/2022.

une « horde » (Origet du Cluzeau et al., 2009, page 35), car ils dévalorisent la culture et le patrimoine. Tout comme la distinction entre le touriste et le voyageur que nous décrit le sociologue Jean-Didier Urbain, il existe une réelle différence entre le visiteur et le touriste dans la culture : le visiteur fait référence à la culture, au savoir, à la connaissance alors que le touriste détruit et vient pour ce qui doit être vu et photographié. Par ailleurs, la problématique est de maintenir les bonnes mœurs, car le touriste est avant tout une personne qui réside quelque part, mais une fois qu'il quitte son domicile, il s'affranchit des mœurs et devient une foule incontrôlable qui nuit au bien-être des populations locales qui ne veulent pas interagir avec les touristes qui envahissent leur territoire et un phénomène de multiplication et de mimétisme se crée avec des habitants qui deviennent des touristes et qui à leur tour nuisent sur un autre territoire (Origet du Cluzeau et al., 2009, 271 pages).

Ainsi, la culture est aujourd'hui assimilée comme du loisir alors qu'à l'époque du Grand Tour par exemple, la culture appartenait à une classe sociale "éduquée" qui détenait le savoir et la connaissance. Au sein même des acteurs de la culture, il y a un fort désaccord sur la place que doit occuper cette culture : faut-il envisager une culture ouverte à tous ou à une seule partie de la population qui aurait la capacité de l'appréhender et de la comprendre ? Les professionnels du tourisme, eux, reconnaissent de plus en plus le tourisme culturel et surtout la culture, car cette dernière fait partie des premières motivations touristiques. Ainsi, le tourisme se focalise de plus en plus sur ce tourisme culturel et sur une clientèle qui est de plus en plus spécifique. Mais la difficulté reste de développer cette culture et sa visibilité à l'échelle régionale, voire locale, car elle manque de reconnaissance.

### **1.3. Les fondements essentiels à la culture**

En effet, cette reconnaissance fait partie des fondements de la culture et de sa perception. D'un côté, nous avons les habitants/populations qui font partie intégrante d'un territoire et de l'autre le touriste qui perçoit ce territoire comme une destination. Ainsi, cet espace public est représentatif de la production de la culture : le tourisme a, à la fois, un rôle d'amplificateur et peut permettre de révéler une identité culturelle. Par ailleurs, il permet à cette culture de mettre en avant ces acteurs qui s'en servent pour développer leur territoire : le touriste va plus ou moins s'imprégner de la culture de la destination touristique à travers les sites, monuments, patrimoines

immatériels (fêtes, traditions, rituels...), histoires et va se plonger dès son arrivée sur le territoire et donc dans la culture locale et pas seulement dans les objets, voire artéfacts, de cette culture : cela va de la simple connaissance à l'intégration de la culture (Origet du Cluzeau, 2009, 271 pages).

Selon le modèle de Michel Bussy (Origet du Cluzeau, 2009, 271 pages), il distingue 3 échelons de la production de culture :

- a) Les pratiques culturelles correspondant aux langues, au folklore, aux traditions qui sont représentatives d'un territoire et d'une communauté.
- b) Les cultures « *instrumentalisées* » à des fins de développement souvent associées au développement touristique.
- c) Enfin, les cultures labellisées (musées, spectacles ...) qui sont des gages de qualité permettant l'aménagement du territoire avec un accès à la culture pour tous. Elles sont souvent perçues comme l'aboutissement des deux autres échelons avec une culture qui a sa propre identité ou à ses identités grâce à un enracinement sur le long terme et c'est ce que veulent montrer les acteurs locaux notamment les élus, les associations culturelles et patrimoniales.

Ainsi, selon l'auteur précédemment cité, nous parlons souvent d'enjeux de développement en lien avec la mise en tourisme du patrimoine et de ces pratiques.

## 2. Cette culture fait face à de nombreux enjeux

### 2.1. La culture comme affirmation de son identité culturelle

Comme nous avons pu la définir précédemment, la culture s'apparente aujourd'hui à la communauté, au lien social et au sentiment d'appartenance d'un individu envers un groupe. La culture permet à ces personnes de devenir, à la fois, des acteurs de leur propre patrimoine, mais également, de construire leur propre identité culturelle qui va se définir à travers « *des ressources symboliques inépuisables* » (Vinsonneau, 2002, paragraphe 39) : ils vont grâce à ces symboles - qui peuvent se traduire par la langue, la religion ... - comprendre les dynamiques qui les lient, mais également qui les séparent. En effet, ce qui est important à prendre en compte c'est que la notion de culture et d'identité sont mouvantes et en constante évolution en fonction du passé, du

présent, mais également du futur de cette communauté et des pratiques qui lui sont propres : l'objectif dans cette identité culturelle est de ne pas rester figer dans le temps, au contraire, pour que l'identité puisse vivre, il faut qu'elle puisse évoluer avec les acteurs et le territoire qui la détient. Cette identité culturelle permet la « *construction identitaire* » (Vinsonneau, 2002, paragraphe 44) du groupe, voire d'une communauté.

Cependant, il est important de tenir compte que cette identité culturelle s'attire également à un seul individu et pas forcément qu'à un groupe : les nombreux experts qui ont pu se pencher sur la question expliquent qu'il est intéressant, pour comprendre les différentes dynamiques de cette identité, de tenir compte de « *l'interculturalité* » (Vinsonneau, 2002, paragraphe 44). L'objectif est de tenir compte des interactions que peut avoir l'individu au sein même de sa propre culture, mais également avec d'autres groupes sociaux extérieurs à sa culture, car cela crée de nouvelles dynamiques sociales et donc de nouvelles diversités culturelles : « *on cherche à reconnaître les contributions respectives à l'aménagement de nouvelles réalités psychosociales englobant les divers acteurs en présence. À ce propos, la notion de « cultures de contact » avance que toute situation de contact entre porteurs de cultures distinctes est potentiellement génératrice d'une nouvelle culture : la culture de ce même contact* » (Vinsonneau, 2002, paragraphe 44). Mais, la difficulté de cette méthode de recherche est de ne pas tomber dans l'acculturation de sa propre culture.

## **2.2. Une acculturation de plus en plus présente dans nos sociétés**

Le phénomène d'acculturation est aujourd'hui un enjeu considérable de la culture et de son appropriation. À la base de l'acculturation, il y a deux cultures qui se rencontrent et qui vont alors se confronter : « *son utilisation amène, le plus souvent, à aborder des notions aussi polémiques que celle de la race, de l'ethnie, du rapport entre société dominante/société dominée, de la colonisation* » (Courbot, 2001, page 121 à 129, paragraphe 3). Cette acculturation a mené, et ce, depuis des siècles, à de nombreux rapports de force au sein même de la culture et de l'interaction entre ses différents acteurs. En effet, dès le XIX<sup>e</sup> siècle, le terme d'acculturation se définit comme « *une formule décrivant l'ensemble des phénomènes et des processus qui accompagnent la rencontre entre deux cultures différentes* » (Courbot, 2001, page 121 à 129, paragraphe 1), mais c'est réellement, à partir des années 1950, que le terme d'acculturation commence à évoluer. Grâce aux études menées par Meyers Herskowitz, Nathan Wachtel ou encore Selim Abou en 1981 sur cette question, la notion d'acculturation s'est étendue au-delà de l'aspect colonial que nous pouvons souvent associer à

ce terme (Courbot, 2001, page 121 à 129, paragraphe 1). Aujourd'hui, ce phénomène est souvent étudié dans l'immigration ou encore les inégalités entre les pays du Nord et les pays du Sud : ce sont, tous deux, des sujets d'actualités que nous connaissons et sur lesquels nous entendons parler très souvent à travers les médias.

De plus, tout comme l'identité culturelle, ce phénomène d'acculturation est en constante évolution, car il grandit en fonction de la rencontre entre différentes cultures et donc de l'évolution des individus qui peuvent composer cette culture : selon Selim Abou, « *utiliser le terme d'acculturation, c'est engager une réflexion, en aucun cas conclure sur l'interprétation d'une évolution culturelle [...]* » (Courbot, 2001, page 121 à 129, paragraphe 28). Ainsi, cette évolution de l'acculturation entraîne également de nombreux changements dans plusieurs domaines notamment celui du tourisme et du rapport que ce dernier peut avoir avec la culture.

### **2.3. Le tourisme au service de la culture ?**

Les avis concernant un tourisme qui rend service à la culture sont très controversés. D'un côté, nous avons les optimistes, qui voient le tourisme comme un moyen de redynamiser des territoires en perte de vitesse et qui créent un lien entre touristes et habitants. Il permet de mieux comprendre son territoire afin d'attirer plus de visiteurs en optimisant les retombées économiques, de renforcer l'image de la destination, mais aussi d'appuyer l'identité des communautés en respectant leur environnement et leur culture. Par ailleurs, l'identité culturelle va se manifester grâce à autrui et notamment grâce aux touristes, car cette identité se caractérise dans l'espace public où se forment les identités collectives et l'identité personnelle des individus. Cette évolution est renforcée grâce à l'imaginaire touristique qui permet aux cultures de se moderniser et de repenser leurs pratiques culturelles. Selon Jean-Didier Urbain, le tourisme n'est donc pas qu'une offre et une demande, il se caractérise en étant « *avant tout un échange de signes identitaires* » (Origet du Cluzeau et al., 2009, page 24), car les acteurs font évoluer leur propre culture et pratique, ils la rendent vivante.

De l'autre, nous avons des personnes qui perçoivent le tourisme comme un facteur de développement pour la culture, mais qui soulève de nombreux enjeux et limites quant à l'appropriation des touristes face à la culture des habitants. En effet, avec les précédentes parties et les arguments que nous avons pu apporter, nous comprenons rapidement que le tourisme mène souvent au phénomène d'acculturation de la culture des communautés accueillantes. Les

nombreuses tensions que cette culture et la confrontation entre population et touristes a peu à peu entraîné, avec la globalisation, une tension entre les touristes et les habitants, car le touriste est souvent perçu comme un colonisateur qui s'approprié une culture qui n'est pas la sienne (Origet du Cluzeau et al., 2009, 271 pages). Ainsi, cela entraîne un rapport de force entre une culture dominante et une culture dominée comme nous avons pu l'expliquer dans la partie précédente.

Mais aujourd'hui, il est de plus en plus difficile de ne pas prendre en compte le tourisme dans cette culture, car une majorité des touristes voyagent pour découvrir ce tourisme culturel, les trésors du patrimoine et pour aller à la rencontre des détenteurs de la culture.

### 3. Qu'est-ce que le tourisme culturel ?

#### 3.1. Sa définition

Selon Claude Origet du Cluzeau, le tourisme, avant le XXe siècle, était culturel de nature avant que les loisirs et les sorties d'agrément ne viennent apporter plus de profondeur au tourisme notamment avec le tourisme de nature ou encore le tourisme balnéaire par exemple. Il définit alors la culture comme :

*« un déplacement (d'au moins une nuitée) dont la motivation principale est d'élargir ses horizons, de rechercher des connaissances et des émotions au travers de la découverte d'un patrimoine et de son territoire. Par extension, on y inclut les autres formes bien connues de tourisme (sportif, balnéaire...) où interviennent des séquences culturelles, sans en être la motivation principale, mais où le fait d'être en vacances favorise une pratique occasionnelle. Le tourisme culturel est donc une pratique culturelle qui nécessite un déplacement ou que le déplacement va favoriser. »* (Origet du Cluzeau, 2013, page 7).

Cette définition, qui reste très générale, nous permet cependant de comprendre les grandes composantes du tourisme culturel qui reposent sur des notions matérielles et immatérielles qui doivent être préservées et qui représentent une identité culturelle et ses pratiques. Comme le souligne l'auteur, la culture renvoie au patrimoine et à « tout ce qui doit être conservé » (Origet du Cluzeau, 2013, page 7) c'est-à-dire que cette culture, et le patrimoine qui peut en découler, tiennent compte du lien générationnel de la communauté et de l'individu qui en fait partie. Cette

culture tient compte des évolutions tout comme le tourisme culturel, c'est pour cela qu'aujourd'hui, une grande majorité des touristes voyagent dans le but de découvrir la culture de l'autre.

### **3.2. La culture ne peut plus vivre sans tourisme et le tourisme sans culture**

Depuis l'époque du Moyen-Âge et notamment des pèlerinages, des déplacements se sont effectués et ont permis de créer des flux de personnes qui partaient dans le but de découvrir des lieux religieux et donc de rentrer en interaction avec les territoires et les usagers de ce territoire : tout comme le Grand Tour qui a mené de jeunes aristocrates anglais à découvrir l'Europe. Ainsi, le tourisme culturel a aussi cette facette de la découverte d'un territoire et d'un patrimoine en particulier (Origet du Cluzeau, 2013, page 9) même si, aujourd'hui, il s'est diversifié pour prendre en compte les évolutions de la société, mais également la demande des touristes.

En effet, selon René Caspar, haut-fonctionnaire à la Délégation à l'aménagement du territoire et à l'action régionale (DATAR), avec une demande de plus en plus accrue concernant le patrimoine et la culture, les professionnels du tourisme se réinventent et doivent adapter « *l'offre aux différents publics, la mise en œuvre d'une démarche qualité, et des opérations de notoriété* » (Origet du Cluzeau et al., 2009, page 137) en proposant de la formation, des échanges avec les différents acteurs, faire une étude des besoins, une enquête publique, une veille informationnelle pour permettre une « *analyse de l'offre patrimoniale et de la demande des visiteurs, projet patrimonial à l'échelle du pays (France) à partir de thématiques fortes identifiées par un comité scientifique, démarche qualité et préconisation pour renforcer les liens entre sites et territoires* » (Origet du Cluzeau et al. 2009, page 159). Il faut ainsi mettre en avant ce patrimoine auprès du public, mais aussi des acteurs les plus impliqués. Cela prouve que le tourisme et la culture sont liés, car cela implique de nombreux moyens notamment de savoir mettre en place les bons outils pour attirer le public vers la culture et le patrimoine. En effet, il faut rassembler des acteurs qui se sentiront impliqués dans le processus culturel et patrimonial même si cela reste difficile à mettre en place, car il est difficile d'intégrer la « *valorisation du patrimoine, la progression de l'activité touristique et le développement du territoire* » (Origet du Cluzeau et al. 2009, page 142), car nous observons des « *retombées limitées des sites, appropriation rapide des sites par la population locale ; manque de visibilité locale des actions culturelles* »

(Origet du Cluzeau et al. 2009, page 142). Une autre difficulté est celle de l'hétérogénéité des contextes locaux et territoriaux : « *il semble que la culture demeure encore à la marge des politiques de développement* » (Origet du Cluzeau et al. 2009, page 190), car la culture et sa mise en valeur doivent « *répondre à des enjeux sociaux, culturels, pédagogiques et économiques dans un contexte toujours singulier* » (Origet du Cluzeau et al. 2009, page 191).

### 3.3. La culture se décline par le phénomène de patrimonialisation

Depuis le début de ce chapitre, il est à noter que nous parlons certes de la culture, mais également du patrimoine et il semble pertinent de comprendre pourquoi faire une différence, mais surtout quel est le lien entre ces deux notions ? Nous entendons par patrimoine « *ce qui est perçu par une société comme étant digne d'intérêt et devant de ce fait être transmis aux générations futures, qu'il s'agisse d'un patrimoine historique (un monument, un site...), d'un patrimoine paysager (par exemple une forêt, un massif montagneux, une perspective urbaine) ou d'un patrimoine immatériel (une musique, une cuisine...)* »<sup>3</sup>. Ce qui découle alors de ce patrimoine est le phénomène de patrimonialisation qui est souvent associé à la culture. En effet, cette patrimonialisation de la culture désigne le « *processus de création, de fabrication du patrimoine* »<sup>4</sup>. Or, cela fait référence au matériel notamment les sites culturels de renommée internationale, mais également, à l'immatériel qui se traduit par des pratiques qui reflètent la culture et l'identité d'une communauté. Cette patrimonialisation découle ainsi des artefacts, des espaces, des biens voire des pratiques qui font référence à cette culture.

---

<sup>3</sup> Géoconfluences. *Patrimonialisation*, mars 2021 [en ligne]. Disponible sur <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/patrimonialisation> (Consulté le 02/03/2022).

<sup>4</sup> Géoconfluences. *Patrimonialisation*, mars 2021 [en ligne]. Disponible sur <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/patrimonialisation> (Consulté le 02/03/2022).

## Chapitre II - Le patrimoine et la patrimonialisation : des phénomènes qui s'inscrivent dans l'évolution de la culture

---

Le patrimoine est aujourd'hui au cœur des processus de mise en tourisme et de reconnaissance des cultures. Au fur et à mesure, ce patrimoine a évolué et a dû répondre à des objectifs stratégiques et des limites afin de pérenniser au mieux l'évolution de la culture. Ainsi, ce patrimoine est aujourd'hui décliné en plusieurs facettes notamment celle du Patrimoine culturel immatériel qui nous intéresse aujourd'hui.

### 1. Qu'est-ce que le patrimoine ?

#### 1.1. Sa définition

Tout au long de nos recherches, nous avons pu découvrir que le patrimoine n'a pas forcément une définition exacte qui collerait avec tous les domaines dans lesquels il s'inscrit. En effet, selon les ouvrages, les articles ou encore les conférences suivies, chaque personne a une définition différente du patrimoine : certaines ont une vision plutôt conservatrice et élitiste de ce patrimoine notamment dans le domaine de la muséologie et d'autres, par exemple, ont une définition d'un patrimoine qui doit être vécu et perçu de manière totale par tous et dont la pérennisation doit se faire dans le monde entier. Cette vision fait écho notamment aux professionnels du tourisme qui s'approprient de plus en plus la culture et le patrimoine qui peut en découler.

Toutefois, si nous devons donner une définition plus ou moins précise, selon l'UNESCO, le patrimoine tient compte de deux notions importantes : la « *protection* » et la « *valorisation* »<sup>5</sup> qui vont permettre de faire reconnaître l'interaction entre « *l'être humain et la nature et le besoin fondamental de préserver l'équilibre entre les deux* »<sup>6</sup>. Ces deux notions vont ainsi permettre de pouvoir

---

<sup>5</sup> Unesco. *La Convention du Patrimoine Mondial* [en ligne]. Disponible sur <https://whc.unesco.org/fr/convention/> (Consulté le 28/09/2022).

<sup>6</sup> Unesco. *La Convention du Patrimoine Mondial* [en ligne]. Disponible sur <https://whc.unesco.org/fr/convention/> (Consulté le 28/09/2022).

répondre aux cinq grands objectifs : les 5C qui sont les objectifs stratégiques du patrimoine selon l'UNESCO :

- a) La « *Crédibilité* » pour répondre à la notion de valeur exceptionnelle qui doit être reconnue dans le patrimoine mondial.
- b) La « *Conservation* » afin d'assurer la bonne préservation des biens présents dans ce patrimoine.
- c) Les « *Capacités* » afin de mieux appréhender ce patrimoine et faire en sorte d'accompagner et d'aider à l'inscription des biens présentés.
- d) La « *Communication* » pour promouvoir et sensibiliser auprès du grand public.
- e) Les « *Communautés* » qui jouent un rôle majeur dans la représentation de leur patrimoine.

Ainsi, et selon le sociologue Rachid Amirou, le patrimoine est représentatif, tout d'abord, de l'individu, car il fait partie intégrante de son quotidien, d'un groupe, car ils ont un même intérêt pour ce patrimoine : par exemple à travers une association, un club ... Mais également, ce patrimoine se réfère à l'histoire d'un État voire d'une nation et a donc une multiple identité (Amirou, 2000, page 8).

## **1.2. La place du patrimoine dans nos sociétés**

Grâce à cette définition, nous avons pu nous rendre compte que le patrimoine, pour s'inscrire dans nos sociétés,

*« doit être reconnu comme tel par la collectivité considérée qui lui attache une valeur liée à son histoire et qui souhaite le transmettre. L'une de ses caractéristiques est donc de permettre d'établir un lien entre les générations, tant passées que futures. Le patrimoine est nécessairement lié à un héritage à transmettre, issu de l'histoire, plus ou moins ancienne, du territoire ou du groupe pris en considération. Le patrimoine a donc nécessairement une dimension collective »* (Vernières, 2015, pages 7 à 20).

Ce patrimoine est un facteur d'appartenance et de reconnaissance pour les sociétés d'aujourd'hui : c'est ce qui leur permet de se différencier et d'avoir une réelle identité culturelle. Surtout, cela leur permet de créer du lien social entre les différents acteurs de ce patrimoine qui peuvent très bien s'identifier en tant qu'habitants, élus, socio-professionnels comme les professionnels du tourisme par exemple.

Cependant, selon l'économiste Michel Vernières, pour que ce lien puisse être créé il faut que le « *patrimoine soit pleinement reconnu ainsi par sa population et non seulement identifié comme tel par l'extérieur* » (Vernières, 2015, page 7 à 20). En effet, selon cet expert, mais également l'avis de plusieurs chercheurs, il faut que la valorisation de ce patrimoine soit reconnue de manière égale, voire supérieure, au sein même de la communauté, car si elle ne l'estime pas de la même manière ce patrimoine ne pourra pas s'inscrire dans le processus de mise en culture et donc de reconnaissance de la part des usagers du territoire.

### 1.3. L'intégration du patrimoine dans le tourisme

Une des solutions qui répond aujourd'hui à la valorisation du patrimoine au cœur du territoire, mais également à l'extérieur de ce dernier, c'est le tourisme. En effet, le tourisme culturel, qui s'associe généralement à cette notion de patrimoine, a, depuis quelques années, su conquérir une grande partie des touristes et nous retrouvons de plus en plus de produits touristiques (forfaits, à la carte, sur mesure ...) en lien avec la découverte patrimoniale et les trésors que ce dernier peut recéler. Aujourd'hui, une grande majorité des professionnels du tourisme reconnaissent que la culture et le patrimoine font partie des premières motivations touristiques pour découvrir la France (Origet du Cluzeau et al., 2009, 271 pages). En effet, selon l'UNESCO, l'intégration du patrimoine au cœur de l'activité touristique s'est faite rapidement, notamment pour le Patrimoine mondial, qui met en avant des sites exceptionnels et de renommée mondiale qui sont des phénomènes d'attraction pour les touristes d'aujourd'hui qui se tournent de plus en plus vers l'expérience et la nouveauté : « *Le patrimoine, qu'il soit culturel ou naturel, constitue en soi une attraction touristique dans la mesure où des constructions et des zones urbaines monumentales, des paysages naturels exceptionnels et des manifestations culturelles uniques sont intégrés aux attractions* »<sup>7</sup>. Le Programme de renforcement des capacités dans les Caraïbes concernant le Patrimoine mondial est un projet à long terme concernant la bonne gestion du patrimoine culturel et naturel sur ce territoire. Ce plan d'action pour le patrimoine, s'inscrivant dans un rapport périodique mis en place par l'UNESCO (il en existe plusieurs selon la destination), est un bon exemple de la prise en compte du patrimoine dans le tourisme : le but de ce programme a été de proposer un diagnostic, d'élaborer des propositions d'adaptation de l'offre touristique sur la culture à différentes échelles

---

<sup>7</sup> Unesco. CCBP, *Programme de renforcement des capacités dans les Caraïbes dans le Patrimoine mondial*, 2006 [en ligne]. Disponible sur file:///Users/angelinatrappy/Downloads/activity-475-11.pdf (Consulté le 28/02/2022).

et de manières cohérentes, de rendre compte de la faisabilité commerciale, économique, territoriale ou encore durable du projet et enfin, d'entamer une phase de décision. Cette méthode a ainsi permis, à la fois, de tenir compte d'un tourisme comme objet pluridisciplinaire, mais également, de proposer des offres touristiques en adéquation avec la demande, qui aujourd'hui, devient de plus en plus importante dans la conception de produits touristiques.

Cependant, ces plans d'action se sont principalement intéressés au Patrimoine mondial, car ce dernier connaît une renommée internationale et a forcément un impact plus conséquent sur la fréquentation touristique et sur le regard que peut lui porter le grand public. Or, comme expliqué précédemment, le patrimoine aujourd'hui ne se définit plus qu'à travers l'exceptionnel, mais également à travers des individus, des groupes qui sont les faiseurs de leur propre patrimoine et les représentants de leur propre tradition : cela s'inscrit donc dans le Patrimoine immatériel. Mais comment se fait-il que nous ne le connaissions que vaguement ? Pourquoi est-il si important, mais très peu reconnu ?

## 2. Le patrimoine matériel et immatériel : une mise en commun nécessaire pour reconnaître les pratiques et les savoir-faire

### 2.1. **Quel lien existe entre le patrimoine matériel et immatériel ?**

Avant de comprendre le lien entre ces deux patrimoines, il faut réussir à les distinguer. En effet, ces derniers ne reposent pas sur les mêmes objectifs et les mêmes attentes patrimoniales.

Le Patrimoine matériel, défini dans la Convention du 16 novembre 1972 pour la Protection du Patrimoine mondial culturel et naturel, se définit par deux concepts clés. D'une part, le patrimoine culturel :

*« Article 1 – « patrimoine culturel » : – les monuments : œuvres architecturales, de sculpture ou de peinture monumentales, éléments ou structures de caractère archéologique, inscriptions, grottes et groupes d'éléments, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de l'histoire, de l'art ou de la science, – les ensembles : groupes de constructions isolées ou réunies, qui, en raison de leur architecture, de leur unité, ou de leur intégration dans le paysage, ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de l'histoire, de l'art ou de la science, – les sites : œuvres de l'homme ou œuvres conjuguées de l'homme et de la nature, ainsi que les zones y compris les sites archéologiques qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue historique, esthétique, ethnologique ou anthropologique. » (UNESCO, 1972, page 2).*

Et d'autre part, le patrimoine naturel :

*« Aux fins de la présente Convention sont considérés comme « patrimoine naturel » : – les monuments naturels constitués par des formations physiques et biologiques ou par des groupes de telles formations qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue esthétique ou scientifique, – les formations géologiques et physiographiques et les zones strictement délimitées constituant l'habitat d'espèces animale et végétale menacées, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de la science ou de la conservation, – les sites naturels ou les zones naturelles strictement délimitées, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de la science, de la conservation ou de la beauté naturelle. » (UNESCO, 1972, page 2).*

Ce patrimoine matériel repose sur la notion d'espace, d'éléments fixes et tangibles ayant une valeur universelle exceptionnelle. En effet, il est vecteur de mondialisation, car il met en avant des sites que nous pourrions qualifier de sensationnels : l'objectif de ce patrimoine est d'être vu et de faire ainsi ressortir son exceptionnalité auprès des visiteurs. Ce sont, pour la plupart, des sites qui accueillent des millions de visiteurs par an. Alors que le Patrimoine immatériel, lui, a encore du mal à se faire une place, car il est tout le contraire du Patrimoine matériel. Il ne tient pas compte de l'exceptionnalité, mais des pratiques culturelles et des traditions qui font une communauté et qui sont « reconnus comme faisant partie de leur patrimoine culturel », « transmis de génération en génération », qui se « recréés en permanence par les communautés et groupes en fonction de leur milieu, de leur interaction avec la nature et de leur histoire » et « qui leur procurent un sentiment d'identité et de continuité » (Heinich, 2011, 252 pages). C'est un patrimoine en mouvance, qui évolue en fonction des changements qui peuvent s'opérer au cœur d'un savoir-faire et d'une communauté.

Ces différences ont véritablement permis de se rendre compte que l'un ne fonctionnait pas sans l'autre. L'évolution des politiques de l'UNESCO ont mené à ce que certaines inscriptions au Patrimoine mondial prennent en compte le caractère immatériel des éléments classés. En effet, le Patrimoine mondial, auquel se rattache le Patrimoine matériel, veut de plus en plus prendre en compte le développement de l'humanité et de l'homme en général : il y a une recherche d'authenticité de plus en plus présente dans les patrimoines et un besoin d'interaction avec les détenteurs de la culture. Ils souhaitent garder intact ce qui est hérité du passé malgré la tangibilité de ce patrimoine. Le Patrimoine matériel évolue pour laisser place à l'individu et au savoir-faire en les inscrivant notamment dans la construction ou l'aménagement de cet espace.

Aujourd'hui, un changement de tendance est apparu au sein de l'UNESCO : le Patrimoine immatériel qui était alors négligé et mis de côté pour garder seulement l'exceptionnalité, entre en cohérence avec les notions matérielles du Patrimoine mondial. Par ailleurs, le fait que le Patrimoine immatériel soit novateur, attire de plus en plus les médias ou encore les États-nations (Heinich, 2011, 252 pages).

Ainsi, ces deux patrimoines sont complémentaires, car ils apportent des éléments de réponse aux objectifs de chacun : le Patrimoine matériel tient compte du besoin de reconnaissance des communautés sur ces sites, car ce sont les détenteurs de leur patrimoine et inversement, le Patrimoine culturel immatériel peut se faire une place au côté du Patrimoine mondial et gagner en légitimité.

## **2.2. La Convention de 2003 : un nouveau tournant ?**

Cette notion en lien avec l'objet immatériel est née du besoin de reconnaissance des pratiques des communautés, des groupes, voire des individus qui les composent. La Convention de 2003, qui est la continuité de la Convention de 1972 dont nous avons parlé précédemment, est née de la nécessité de répondre à des problématiques, des enjeux de valorisation et de protection de l'objet immatériel. Cette Convention a permis de prendre en considération de nouveaux enjeux auxquels les autres patrimoines ne pouvaient pas répondre ou en partie :

- par exemple, la reconnaissance d'un patrimoine immatériel au sein de son territoire par l'acteur en question, par la communauté et les états ;
- l'appropriation du fait de l'échange, la patrimonialisation et le lien générationnel ;
- et enfin la transmission, formelle ou informelle, de génération en génération, pour sauvegarder ce patrimoine.

Il y a également la question de protection à travers la langue qui génère et alimente le patrimoine immatériel de la communauté, le lieu qui joue un rôle significatif pour le groupe qui l'associe comme le lieu de son savoir traditionnel, les porteurs des traditions qui eux aussi protègent et maintiennent leur savoir-faire et enfin, le temps qui consolide et recrée de façon perpétuelle (Duvignaud et al., 2004, 254 pages).

En effet, cette nécessité est née de la volonté de plusieurs pays extra européens souhaitant que leurs traditions, qu'ils qualifient de « *représentatives de leur patrimoine* » (Duvignaud et al., 2004, 254 pages), soient présentées auprès du monde entier. Ainsi, l'aspect immatériel des objets matériels a été, peu à peu, pris en compte et aujourd'hui, une cohésion s'est installée entre les différentes institutions, mais également au sein même des communautés qui représentent leur tradition. C'est durant la 31e conférence générale de l'UNESCO en 2005 que les finalités et les principales définitions de la future convention internationale ont été prises. Les États membres, les communautés, les ONG, les groupes ont ainsi pu définir les éléments du Patrimoine culturel immatériel à l'intérieur même de leur propre territoire. Ainsi, la définition officielle du Patrimoine culturel immatériel met en avant :

*« Les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire – ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés – que les communautés, les groupes et, le cas échéant, les individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel. Ce patrimoine culturel immatériel, transmis de génération en génération, est recréé en permanence par les communautés et groupes en fonction de leur milieu, de leur interaction avec la nature et de leur histoire, et leur procure un sentiment d'identité et de continuité, contribuant ainsi à promouvoir le respect de la diversité culturelle et de la créativité humaine ». (Duvignaud et al., 2004, page 209)*

### **2.3. Une nouvelle façon d'envisager le patrimoine ?**

Le Patrimoine culturel immatériel peut être qualifié de novateur, car il fait appel à de nouvelles problématiques, mais surtout il envisage le patrimoine avec de nouvelles pratiques qui sont en accord avec les besoins des praticiens des traditions classées, mais également avec l'accueil des touristes qui pourraient venir sur le territoire découvrir le savoir-faire représenté. En effet, un des seuls moyens qui a été trouvé pour capturer ces pratiques est l'enregistrement que les experts qualifient de « *recréation* » (Duvignaud et al., 2004, 254 pages) : films, vidéos (notamment sur la chaîne YouTube de l'UNESCO), livres, ou encore ateliers qui vont pérenniser les traditions des communautés mêmes si ces enregistrements affaiblissent le lien avec la mémoire directe. L'un des objectifs serait d'aller à la rencontre des détenteurs de ces patrimoines, car ces enregistrements maintiennent une certaine distance. En effet, malgré certaines limites qui sont difficiles à contrer, ces pratiques donnent aux cultures un sens anthropologique : « *elle est une vision du monde et de la société partagée par ceux qui y adhèrent* » (Duvignaud et al., 2004, page 113). Ainsi, ces pratiques vont soit être abandonnées, car les communautés ne les considèrent pas

comme faisant partie de leur savoir-faire ou elles vont les modifier et ainsi les faire évoluer dans le temps et dans l'espace.

De plus, ces pratiques reposent sur la diversité culturelle notamment grâce à la notion ethnique, ce qui nous différencie des autres, et la notion de pragmatisme c'est-à-dire notre rapport au monde (Duvignaud et al. 2004, 254 pages).

Ainsi, on distingue quatre axes complémentaires :

- a) La préservation, avec la question de transmission générationnelle.
- b) La transmission, avec l'idée d'une culture collective, qui se renouvelle et qui intègre un échange interculturel.
- c) La diffusion, avec l'idée du « *faire savoir* » (Duvignaud et al. 2004, 254 pages)..
- d) La migration comme marqueur socio-culturel avec notamment l'acceptation des pratiques et des personnes qui les représentent.

Grâce à ces facteurs novateurs, la diversité culturelle va pouvoir être protégée et pérennisée aux yeux des détenteurs du patrimoine, mais également aux yeux de tous.

### 3. La patrimonialisation du Patrimoine culturel immatériel

#### 3.1. Un travail de construction et de mise en réseau de plusieurs experts

Le Patrimoine culturel immatériel se construit et évolue depuis un demi-siècle grâce à une volonté militante et une réflexion sur les disciplines que peut avoir l'UNESCO. Selon l'auteure Isabelle Anatole-Gabriel, qui est intervenue lors de la conférence des Patrimoines Mondialisés en 2019 (Canal U, 2019), ce patrimoine s'est construit à travers l'Histoire. En effet, au fur et à mesure, des réponses ont pu être apportées notamment face à la décolonisation qui est pour l'auteure, un des facteurs clés de la création de politiques patrimoniales, mais également un des facteurs qui définissent l'ensemble des instruments qui font le Patrimoine culturel immatériel. Il y a donc une réelle volonté de construire en commun. Comme le souligne l'anthropologue Chiara Bortolotto, l'arrivée du Patrimoine immatériel a mené à de nombreux bouleversements notamment avec des remises en question, des réflexions sur des approches qui étaient, jusqu'alors, considérées comme acquises (Canal U, 2019). Ainsi, la mise en place de la

Convention de 2003 permet aux États membres d'interagir entre eux et surtout de se poser des questions quant à leur avenir et l'avenir de leur Patrimoine immatériel. La méthodologie qui a alors été adoptée est celle de l'observation avec l'apport anthropologique (sentiment, émotion), ethnologique et l'expertise des professionnels du patrimoine.

*« Ce n'est pas du patrimoine [...] c'est le fait que cette notion de patrimoine immatériel se fonde sur des principes qui sont complètement en contradiction avec les principes mêmes qui sont à la base du patrimoine donc celui d'authenticité, celui qui dépend du rôle des experts qui sont précisément ce qui détermine ceux qui entrent ou pas dans le domaine du patrimoine » (Canal U, 2019).*

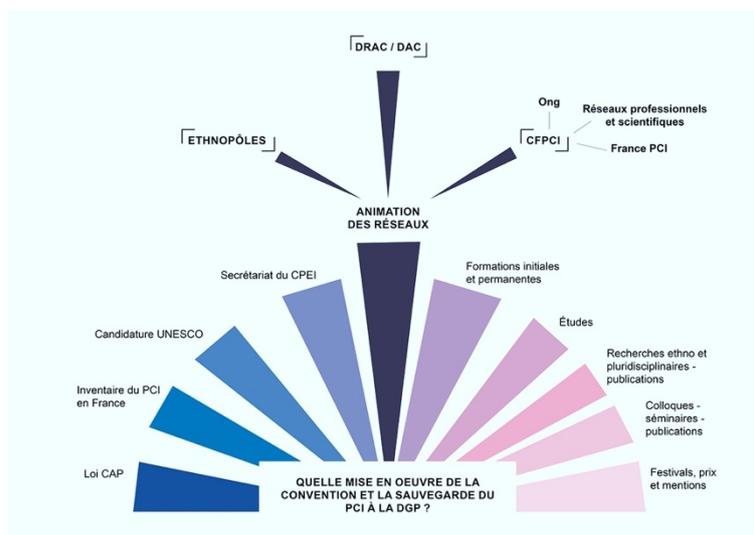
Ainsi, ces anthropologues et ces ethnologues ont pu travailler sur la ratification de 2006, concernant la Convention de 2003, qui a permis d'appliquer des règles et le classement à l'Inventaire national français. Par ailleurs, cela a été une première mondiale pour la recherche sur le Patrimoine culturel immatériel, car cela a permis d'élargir rapidement les champs de recherche sur ce patrimoine et donc de faire interagir des acteurs différents ensemble. En effet, grâce à la mise en place d'appels à projets et sur la base du volontariat, qui tend vers de la recherche pluridisciplinaire sur ce patrimoine, plusieurs domaines ont été mis en commun tels que le droit, l'environnement, l'économie ou encore le marketing. Aujourd'hui, la mise en place de l'inventaire au Patrimoine immatériel français repose sur des critères de sélection qui ont pour objectifs principaux :

- a) *« le refus de l'exceptionnel, l'importance des pratiques modestes, parfois peu spectaculaires (savoir-faire de la dentelle d'Alençon), fortement portées par des communautés » (Hottin, 2017, paragraphe 21).*
- b) Les dossiers doivent être soutenus par les communautés elles-mêmes, ce sont les porteuses du projet et donc de leur tradition (Hottin, 2017, paragraphe 21).

Par ailleurs, la plupart des dossiers qui ont été présentés à l'Inventaire national ont été retenus et font partie des meilleurs : seulement trois ont été rejetés. Il y a un véritable travail de construction et de mise en réseau entre le travail des ethnologues et le territoire qu'ils étudient pour le classement. En effet, ce classement et la sauvegarde de ce patrimoine s'appuient sur plusieurs réseaux en France : la Fédération des Associations de musiques et danses traditionnelles (FAMDT), la Fédération des écomusées et des musées de société (FEMS) et sur les liens territoriaux entretenus. Depuis 2011, avec la création de la Maison de la Culture du monde du Centre français du Patrimoine culturel immatériel, devenu en 2015 un ethnopôle, cela a permis de renforcer la coordination et l'échange entre les acteurs de ce patrimoine tels

que les associations, les chercheurs, les scientifiques, les porteurs de projet ou encore les Organismes non gouvernementales (Hottin, 2017, 24 paragraphes).

**Figure 1 : Les acteurs du Patrimoine culturel immatériel pour sa mise en œuvre et sa sauvegarde en France et à l'international<sup>8</sup>**



Ainsi, ce qui rend novateur ce patrimoine c'est que les communautés vont pouvoir exprimer leur continuité et leur identité, mais également cela permet de regrouper un grand nombre de chercheurs qui ont différentes spécialités notamment en les regroupant dans des technopôles (8 sont spécialisées, en France sur le Patrimoine culturel immatériel notamment sur la question de l'ancrage territorial). Ainsi, les écritures pour la recherche deviennent des outils de documentation et la restitution des travaux, pour le Patrimoine culturel immatériel, passe par l'expérimentation (Chave, 2019, conférence Patrimoines Mondialisés).

### 3.2. Atteindre l'objectif du patrimoine participatif

Ce Patrimoine immatériel repose donc sur cinq grands critères (Duvignaud et al., 2004, page 209) :

<sup>8</sup> Source : Marianne Delaporte, 2016

- « reconnus comme faisant partie de leur patrimoine culturel par des communautés, groupes et, le cas échéant, des individus » ;
- « transmis de génération en génération » ;
- « recréés en permanence par les communautés et groupes en fonction de leur milieu, de leur interaction avec la nature et de leur histoire » ;
- « qui leur procure un sentiment d'identité et de continuité » ;
- « sont conformes aux instruments internationaux existants relatifs aux droits de l'homme, ainsi qu'à l'exigence du respect mutuel entre communautés, groupes et individus, et d'un développement durable ».

Ces critères de sélection pour le classement à l'UNESCO ou à l'inventaire national français décrivent parfaitement les objectifs de ce patrimoine. En effet, l'objectif principal est de faire participer à la fois des acteurs extérieurs à la pratique classée comme des anthropologues, des ethnologues, mais également les praticiens eux-mêmes qui vont avoir pour rôle de représenter leur savoir-faire, leurs rituels et leur tradition à l'échelle nationale et mondiale selon le classement qu'ils choisissent. En effet, la place de l'acteur est importante, car ils vont tous former, selon leur rôle durant le classement, une « *clef de voûte* » (Hottin, 2017, paragraphe 18) dans la sauvegarde du patrimoine et donc vont devoir participer à un processus de patrimonialisation et de sauvegarde de la pratique. Par ailleurs, l'objectif premier du Patrimoine culturel immatériel est de répondre à un conflit entre pays du Nord dits développés, qui ont pour une majorité des sites ou des pratiques reconnues, voire classées, et les pays du Sud dits « en voie de développement » qui connaissent de nombreuses difficultés à faire reconnaître leurs propres pratiques : il y a un véritable encouragement de classement multinational afin de mettre en avant une alliance entre les pays Nord et les pays du Sud (Origet du Cluzeau, 2009, 271 pages).

### **3.3. La légitimité du Patrimoine culturel immatériel : des avis contrastés**

Malgré une volonté de cohabitation et de participation, le Patrimoine culturel immatériel et sa sauvegarde ont mené à de nombreux bouleversements notamment sur la question de légitimité de ce patrimoine et de sa reconnaissance au sein même des acteurs de ce patrimoine. Pour les experts, notamment les scientifiques et les chercheurs de ce patrimoine, le Patrimoine immatériel comporte de nombreux troubles concernant, tout d'abord, sa terminologie, car il n'y a pas de définition claire dans le droit international. Par exemple, les notions de transmission et

de récréation vont à l'encontre de la notion de protection, car quand nous protégeons, nous préservons et nous ne voulons pas que la chose en question change. Or, la définition du Patrimoine immatériel souligne que les pratiques classées ne sont ni figées dans le temps ni muséifiées dans l'espace, à l'inverse du Patrimoine matériel (Hottin, 2016, pages 1 à 20). De plus, il y a la question de l'image de ce patrimoine qui tient compte de l'assimilation des pratiques et des traditions : en effet, la volonté de ce patrimoine est qu'il n'y ait plus de différence entre les pratiques des pays du Nord et celles des pays du Sud. Il est difficile de ne pas se rendre compte, selon les experts, de l'inégalité entre les pays du Nord qui détiennent une grande majorité des classifications nationales et mondiales et des pays du Sud qui ont du mal à se mettre en avant sur la scène internationale notamment face aux conflits internes à la pratique avec des peuples autochtones qui veulent faire entendre leurs droits de praticiens. Par ailleurs, l'UNESCO a reconnu tardivement que la culture découle d'un savoir vivant et d'une communauté qui la représente (Heinich, 2011, pages 227 à 229).

Selon Christian Hottin, conservateur en chef du patrimoine, beaucoup d'ethnologues et d'anthropologues ont des avis divergents quant à la légitimité de ce patrimoine et de ce qui en découle. Valdimar Hafstein, professeur de folkloristique et d'ethnologie à l'Université Islande, utilise le terme « *d'acculturation de la culture elle-même* » (Hottin, 2016, page 1 à 20). Pour lui, l'individu se plie à des règles perdant alors le lien et l'interaction avec sa propre culture pour aller vers un phénomène d'adaptation des besoins que peut avoir autrui : touristes, gouvernement ... Pour lui, l'occidentalisation de la culture mène à une copie, une exclusion et apportent des limites à la culture. D'autres, quant à eux, parlent plus de « *folklorisation* », d'« *esthétisation* » et de « *domestication* » (Hottin, 2016, page 1 à 20) des pratiques comme Laurent-Sébastien Fournier, Professeur des universités Université Côte d'Azur, reprenant l'exemple de la fête de la Tarasque ou encore de la fête catalane de la Patum qui ont perdu de leur authenticité face à la mondialisation et l'arrivée massive de touristes en quête de découverte. Ils prennent le cas de Lascaux, cette grotte qui fait des millions d'entrées par an a perdu toute son authenticité avec notamment la construction des fac-similés Lascaux II et Lascaux IV, car la grotte originelle n'est plus accessible à la visite, car trop détériorée par le nombre d'entrées. Certains, comme Ignazio Macchiarella, ethnomusicologue à la faculté des lettres et de philosophie de Cagliari, pensent que la sauvegarde du Patrimoine culturel immatériel devrait résider, non pas dans la conservation, mais dans l'étude : le fait de connaître tous les mécanismes de son savoir-faire,

c'est cela qui devrait être réellement sauvegardé, car nous aurions une connaissance parfaite de la tradition sauvegardée et donc de tout ce qui lui est environnant (acteurs, pratiques, artefacts ...) (Hottin, 2016, page 1 à 20).

Par ailleurs, très souvent durant leur travail, les anthropologues et ethnologues rencontrent des problèmes ethniques et méthodologiques, car ils ne sont pas experts d'une pratique et il est parfois difficile de ne pas prendre parti et de prendre du recul. Il y a aussi la question de l'autre et de la proximité ethnologique et de l'objet de recherche qui peut mener à des dilemmes collaboratifs. Les anthropologues sont souvent confrontés à des soucis d'entités politiques. En effet, il y a de nombreux malentendus au sein même de ce patrimoine et du rôle des experts dans ce dernier (Hottin, 2016, page 1 à 20).

Enfin, ceux qui sont en faveur de ce Patrimoine abordent la question de l'implication des communautés et des populations locales de manière significative, comme avec le « *projet de démocratie participative* » (Hottin, 2016, page 1 à 20) mené par Jean-Louis Tornatore, enseignant-chercheur à l'université de Metz, et assistée par Marina Chauliac et Noël Barbe, conseillers pour l'ethnologie au ministère de la Culture, qui ont pu recueillir les avis des habitants sur le parc naturel régional dont il était le représentant, et cela a permis de mettre en avant une méthode compréhensive et la plus explicite du Patrimoine culturel immatériel et de ce qui est recherché en termes d'exploration. La mise en place de la convention a permis, pour les plus enthousiastes, de remettre au goût du jour le patrimoine ethnologique grâce aux nombreux programmes de recherche mis en place par le ministère de la Culture. Cela leur a permis de reconnecter avec leur métier et avec la « *distance critique* » (Hottin, 2016, page 1 à 20) nécessaire à leurs recherches.

## Chapitre III - La place du tourisme dans le processus de développement du patrimoine

---

Le patrimoine, comme nous avons pu le voir dans le chapitre précédent, est aujourd'hui au cœur de l'évolution de la culture et des pratiques qui peuvent en être associées notamment celles du patrimoine matériel et immatériel. Depuis plusieurs années, nous observons que le tourisme contribue à la reconnaissance et à la croissance du patrimoine au cœur des territoires, mais également des communautés et groupes d'individus. Mais, une question demeure, est-ce que ce tourisme est toujours porteur de développement notamment pour le patrimoine ? N'y a-t-il pas des limites ?

### 1. Le tourisme comme facteur de développement territorial

#### 1.1. Une concurrence de plus en plus importante entre territoires

Le patrimoine s'inscrit pleinement dans le processus de mise en tourisme des territoires. Il permet au territoire, à la fois, d'être valorisé, mais également il les rend attractifs notamment grâce à la concurrence. En effet, le patrimoine s'est étendu à de nombreuses pratiques et artéfacts : aujourd'hui, tout est patrimoine et le fait d'étendre cette facette d'un territoire et de la partager avec les touristes permet à ce que le tourisme devienne un facteur de « *développement du territoire* » (Bleton-Ruget et al., 2011, page 77).

Par ailleurs, cette notion de tourisme facteur de développement territorial pourrait être reliée à celle du développement du tourisme culturel qui fait partie intégrante des retombées motrices dans l'inscription à l'inventaire français tant pour le Patrimoine matériel qu'immatériel. En effet, grâce à l'inscription, un processus de patrimonialisation se met en place en plus du tourisme et cela permet, dans plusieurs cas comme celui du Bassin minier dans le Nord Pas-de-Calais, de relancer une économie en déclin, mais également de redorer l'identité des communautés minières de ce territoire. Le tourisme culturel est alors rapidement assimilé à l'identité culturelle, mémorielle et patrimoniale des territoires et des communautés, car il permet de redécouvrir toutes les ressources et les savoir-faire traditionnels de ces territoires en leur permettant, grâce

à leur mise en valeur et leur mise en concurrence, de renforcer l'identité territoriale et communautaire de ces usagers (Bleton-Ruget et al., 2011, 319 pages).

Grâce à ce modèle et à un tourisme facteur de développement, des déplacements se créent au sein même du territoire, mais également entre territoires, car les touristes veulent découvrir ce qu'ils ne peuvent pas retrouver chez eux.

## **1.2. Un tourisme multidisciplinaire qui entraîne des modifications sociales, économiques et environnementales**

Le tourisme peut être considéré comme facteur de développement, car c'est un objet multidisciplinaire. Il s'inscrit dans de nombreux domaines de compétences tels que la culture, le patrimoine, le marketing, ou encore l'environnement. En effet, depuis l'époque du Grand Tour, le tourisme a su évoluer avec les changements de notre monde et surtout avec la société : avant que le tourisme ne soit perçu, dans les années 1950 – 1960, comme un véritable loisir qui rompt avec le temps passé au travail avec le sociologue Joffre Dumazedier, le loisir, que nous pourrions aujourd'hui associer au tourisme, était l'expression d'un certain rang social et était détenu par de riches aristocrates au XIXe siècle. Selon Thorstein Veblen, le loisir n'est qu'ostentatoire et ne peut se rattacher qu'à une classe sociale supérieure et oisive. Pour lui, c'est une perte de temps et d'énergie que d'avoir du temps pour soi, car le travail était le maître-mot de l'époque. Aujourd'hui, cette vision est totalement mise de côté : nous ne pouvons plus nous passer de loisirs, car cela nous permet de rompre avec notre quotidien, c'est un moment hors du temps et surtout hors du temps passé au travail. Aujourd'hui, le loisir voire le tourisme fait partie du quotidien et des interactions sociales, car il mène au partage, à la rencontre de l'autre et surtout, c'est un phénomène libérateur et personnel qui se met en place et avec lequel le touriste ou la personne qui pratique ce loisir peut s'identifier et se reconnaître individuellement et à travers un groupe.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Bessière Jacinthe. Sociologie du tourisme. Cours de master 1 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès, 2021

En plus de ces changements sociaux, le tourisme est aujourd'hui au cœur de l'économie française, mais également étrangère. La France, par exemple, est la première destination touristique au monde en termes de visiteurs : 90 millions de visiteurs pour 63,5 milliards de dollars en 2019<sup>10</sup> plaçant alors la France à la troisième place derrière les États-Unis et l'Espagne selon l'Organisation Mondiale du Tourisme. Aujourd'hui, le tourisme est encore fortement impacté par la crise sanitaire avec des arrivées étrangères qui ne sont pas au rendez-vous et des professionnels du tourisme qui doivent se réinventer et pour cela, une des solutions est le tourisme de proximité. En effet, comme les restrictions sanitaires rendent les voyages à l'étranger difficiles, les professionnels du tourisme misent de plus en plus sur des offres près de chez soi afin de redécouvrir les territoires environnants en proposant des activités en accord avec les besoins des touristes. Cela permet à la fois de maintenir l'activité touristique, mais également de redynamiser, du point de vue économique, les territoires qui ont fortement été impactés par le Covid. Comme dit précédemment, le développement territorial se renforce de plus en plus avec l'actualité mondiale, car il faut repenser le tourisme notamment au niveau local, voire rural, en proposant des activités en accord avec le territoire.

Cependant, il subsiste la question de l'environnement, car certes le tourisme a apporté beaucoup de changements positifs, mais l'environnement, aujourd'hui, en est fortement impacté avec des déplacements constants notamment en avion, qui génère un fort taux de gaz à effet de serre ; des écosystèmes qui disparaissent ... Ce « *sur-tourisme* »<sup>11</sup> entraîne, malgré un arrêt partiel du tourisme, des impacts considérables sur la biodiversité et les changements climatiques que cela peut représenter. Il est à noter qu'il y a une réelle prise de conscience qui est en train d'émerger et pour cela une des solutions qui a été proposée et qui aujourd'hui de plus en plus tendance c'est le tourisme durable et l'engagement d'un tourisme plus responsable. Mais est-ce une réponse à tous les troubles ?

---

<sup>10</sup> AFP. La France veut retrouver ses touristes et augmenter ses recettes financières. *Le Point*, 05/11/2021 [en ligne]. Disponible sur [https://www.lepoint.fr/societe/la-france-veut-retrouver-ses-touristes-et-augmenter-ses-recettes-financieres-05-11-2021-2450798\\_23.php](https://www.lepoint.fr/societe/la-france-veut-retrouver-ses-touristes-et-augmenter-ses-recettes-financieres-05-11-2021-2450798_23.php) (Consulté le 01/03/2021)

<sup>11</sup> La Rédaction. Le surtourisme : quel impact sur les villes et sur l'environnement ? *Vie publique*, 31/05/2019 [en ligne]. Disponible sur <https://www.vie-publique.fr/eclairage/24088-le-surtourisme-quel-impact-sur-les-villes-et-sur-lenvironnement>. (Consulté le 01/03/2022)

### 1.3. Le tourisme comme gage de durabilité ?

Si nous devons définir le tourisme durable, nous pourrions dire qu'il repose sur « *la protection et la mise en valeur du patrimoine, le développement économique et social, la préservation et l'amélioration de la qualité de vie des habitants, la maîtrise de la fréquentation et une meilleure qualité de l'offre* » (Bleton-Ruget et al., 2011, page 261). Selon l'auteure, la mise en œuvre de cette définition permettrait à la fois de réduire la saisonnalité en étalant sur l'année l'activité touristique des territoires, de trouver de nouvelles clientèles notamment des clientèles de proximité (départements limitrophes par exemple), de tendre vers un tourisme plus responsable et d'avoir une meilleure intégration du touriste dans le temps et dans l'espace. Ainsi, cela favoriserait la vente de produits touristiques en accord avec les objectifs précédemment cités, mais surtout d'inclure les acteurs locaux dans un processus de développement durable du tourisme en proposant par exemple de la formation et la sensibilisation auprès du grand public. Cela permettrait à la fois d'avoir un impact positif en interne sur les usagers du territoire, mais également en externe notamment sur les touristes.

Cependant, il est difficile de considérer le tourisme comme un gage de durabilité, car le tourisme durable, qui est la forme actuelle entre les deux notions, est très mal connu des politiques locales et de la population. En effet, la volonté dans la mise en place de projets n'est souvent pas la même : il y a un manque certain de cohérence territoriale avec des projets incertains, des créations de postes qui ne fonctionnent pas et une mauvaise identification du territoire. Par ailleurs, il y a une mauvaise définition de la compétence tourisme avec la dispersion des pouvoirs entre différents acteurs publics et privés et la décentralisation qui renforce ce mauvais partage (Bleton-Ruget et al., 2011, 319 pages). La durabilité du tourisme est, elle aussi, complexe et a été prise en compte tardivement notamment :

- quand l'espace est enclin à la monoactivité touristique ;
- quand l'espace a une limite d'accès (surfréquentation ...).

Il est souvent trop tard ou difficile de pouvoir mener des projets à long terme par le manque de planification préalable (Bleton-Ruget et al., 2011, 319 pages).

## 2. L'adaptation de l'offre touristique face au phénomène de patrimonialisation

### 2.1. Le touriste a de plus en plus besoin de créer du lien

Aujourd'hui, avec la prise en compte de plus en plus importante du temps libre et les changements qui peuvent s'opérer depuis plusieurs années notamment avec le Covid, les tendances dans le voyage changent. Les touristes sont en quête de nouveauté et ne veulent plus appartenir à un tourisme facteur de massification que nous avons pu connaître dans les années 1950 et 1960.

Selon une étude menée par Jean-Didier Urbain<sup>12</sup> concernant la demande touristique aujourd'hui, les touristes ont de plus en plus besoin d'individualité et de liberté. En effet, ces derniers ont besoin d'une offre personnalisée qui leur permet de fonctionner selon leurs envies et leurs aspirations dans le voyage : ils recherchent des lieux sécurisants, en harmonie avec ce à quoi ils aspirent durant leurs vacances notamment le besoin de vivre ce voyage. Par ailleurs, un des critères et pas des moindres est celui de la recherche de l'autre et de la rencontre avec ce dernier. Aujourd'hui, l'ouverture au monde devient un des critères fondamentaux de leurs vacances : le fait de rencontrer un hôte et les habitants de ce territoire, de partager leur quotidien et leur expérience et ainsi créer un lien social est devenu primordial dans le rapport au voyage.

En effet, ces touristes sont à la recherche de « *géosymboles* » (Clergeau et al., 2014, 303 pages) c'est-à-dire d'un « *lieu qui exprime symboliquement, au travers de ses représentations et de ses usages, un système de valeurs collectives ou une idéologie* »<sup>13</sup>.

En plus du lien social, ces touristes souhaitent, quelque part, s'identifier à cette communauté et à ce qui les définit en tant qu'individu et en tant que groupe : la découverte de l'autre est un moyen « *d'aspirer à être* »<sup>14</sup> et donc à partager et découvrir sa propre identité, mais également de découvrir qui nous souhaitons être à travers des expériences vécues et l'identification à l'autre.

---

<sup>12</sup> Bessière Jacinthe. Sociologie du tourisme. Cours de master 1 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès, 2021

<sup>13</sup> Géoconfluences (définition de Bernard Debarbieux (2003)). Haut lieu et géosymbole, juin 2018 [en ligne]. Disponible sur <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/haut-lieu-geosymbole> (Consulté le 01/03/2022).

<sup>14</sup> Bessière Jacinthe. Sociologie du tourisme. Cours de master 1 TD, ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès, 2021

## **2.2. Une demande touristique de plus en plus concentrée sur l'identité et sur la notion d'authenticité**

Avec l'essor du tourisme alternatif, qualifié de plus responsable et de plus éthique, la demande touristique aujourd'hui repose sur des notions qui sont en accord avec les géosymboles qui sont recherchés par les touristes : l'authenticité et l'identité. La notion d'authenticité est très souvent associée à la culture et au patrimoine, selon différents courants de pensée ce terme serait lié à la fois à « *les touristes seraient à la recherche d'expériences véritables pour combler une vie quotidienne qui leur apparaît monotone et vide* » (Falardeau et al., 2018, paragraphe 22), mais également à « *la recherche de l'intouché, c'est-à-dire la recherche de lieux non fréquentés par les autres touristes, de lieux non contaminés et encore « purs »* » (Falardeau et al., 2018, paragraphe 24). Ces deux définitions montrent le changement qui a pu s'opérer dans les pratiques des touristes, mais également au travers des offres qui leur sont proposées. Selon certains experts, il est considéré, aujourd'hui, que le tourisme voire le « *Patrimoine immatériel touristique* » (Clergeau et al., 2014, 303 pages) qui est le plus souvent associé à l'authenticité soit une des solutions à la sauvegarde de l'identité culturelle d'une communauté. Pour certains experts, mais également certains territoires, le tourisme est synonyme de promotion, de valorisation de son patrimoine et donc un bon moyen pour faire ressortir toutes les richesses patrimoniales qui peuvent être présentes (Clergeau et al., 2014, 303 pages).

Cependant, cette notion d'authenticité est fortement critiquée, car il est difficile de définir cette authenticité mais également l'identité même d'une communauté qui se caractérise par son évolution. Aujourd'hui, de nombreuses questions se présentent : comment définir cette authenticité ? N'a-t-elle que des aspects positifs ?

## **2.3 L'expérience touristique au cœur des attentes des touristes d'aujourd'hui et de demain**

L'expérience, aujourd'hui, est au cœur des processus d'évolution de l'offre et de la demande dans de nombreux domaines notamment celui du marketing, de l'économie ou encore celui du tourisme. Si nous devons définir une expérience, en domaine marketing, l'expérience est tout

ce que va pouvoir vivre le client avant, mais également après l'achat : nous allons tout faire pour que le client soit satisfait et reparte avec des souvenirs en tête grâce à cette expérience (Vergopoulos, 2016, paragraphe 10 à 15). Dans le processus touristique, cette expérience est d'autant plus importante, car, aujourd'hui, la demande n'a plus que ce mot en bouche : vivre une expérience unique. Cette expérience touristique tient compte de trois grands critères (Vergopoulos, 2016, paragraphe 10 à 15) :

- a) L'espace, qui se caractérise par des attraits qui lui sont propres tels que des odeurs particulières par exemple, qui ferait voyager le touriste.
- b) Le temps, mais hors du quotidien. En effet, le but est que le touriste brise ses propres codes en participant à des activités expérientielles qui le fassent sortir de sa routine : il fait quelque chose qu'il ne ferait pas chez lui. Par ailleurs, la question de la temporalité s'applique également dans la durée de ce séjour, car le touriste sera déjà dans une expérience avant même qu'il soit sur la destination, car il va préparer ses vacances, les organiser comme il le souhaite.
- c) Enfin, le social. L'objectif de cette expérience, et c'est ce que recherche de plus en plus les touristes lors de leurs vacances, c'est l'interaction avec l'autre notamment l'hôte et les habitants de la destination sur laquelle il se trouve. Pour eux, la découverte d'autrui est un moment de partage et de création de liens qui sont vécus comme de réelles expériences, car ils partagent le quotidien de ces personnes et vivent une expérience hors du temps.

Les professionnels du tourisme doivent aujourd'hui tenir compte de ces trois critères afin de proposer des offres en accord avec cette nouvelle demande plus encline à la nouveauté et au partage.

**Figure 2 : La roue expérientielle, les cinq critères pour un tourisme en accord avec l'expérience<sup>15</sup>**



Aujourd'hui, l'expérientiel dans le tourisme et notamment dans le Patrimoine immatériel se traduit sous forme d'artéfacts et de mises en scène d'objets notamment grâce à la vente de souvenirs qui deviennent de véritables produits touristiques. Cela va permettre de transmettre du savoir aux touristes et aux personnes qui recevront ou non ces souvenirs (Clergeau et al., 2014, 303 pages). Tout autour de cette expérience va se créer une mise en scène avec des décors qui reprendront des objets du patrimoine et des espaces qui vont venir créer une interaction entre le Patrimoine immatériel et les touristes. Par exemple, le carnaval de Binche en Belgique, qui se déroule en plein cœur de la ville, met en scène les habitants déguisés dans des costumes traditionnels et des masques représentatifs de cette journée. Ils mettent donc en avant, grâce aux visuels et aux artéfacts, leur tradition et donc une expérience unique, car elle ne ressemble à aucune autre. Le but de cette expérience dans le Patrimoine immatériel est d'intensifier les émotions vécues par les touristes à travers le regard des locaux, car ils évoluent dans le même espace, mais également grâce aux souvenirs (artéfacts notamment). Ainsi, le lien entre tourisme et Patrimoine immatériel va se renforcer, car l'expérience tient dans la transmission et la connexion à travers les objets (Clergeau et al., 2014, 303 pages).

<sup>15</sup> TalentsTravel, marketing tourisme, 2019. Roue expérientielle de Hetzel Patrick, 2002.

Ainsi, l'expérience peut tout à fait s'appliquer au Patrimoine immatériel, car c'est un patrimoine novateur, qui est en constante évolution et qui fait se rencontrer plusieurs acteurs notamment les praticiens de ce savoir-faire et les touristes qui sont en quête d'expériences nouvelles. En effet, il fait appel à nos sens et à nos émotions, et c'est ce que souhaitent transmettre les professionnels du tourisme dans leur offre et c'est ce que recherchent ces touristes.

### 3. Les difficultés à combattre : la reconnaissance des pratiques et des communautés à travers le phénomène touristique

#### **3.1. La difficulté à reconnaître l'identité culturelle d'un territoire et d'une population**

Une réelle volonté de représenter son patrimoine et de l'inclure dans sa culture se manifeste de plus en plus auprès des habitants : en effet, ces derniers s'inscrivent dans de nombreuses initiatives intercommunales pour promouvoir une culture qui favorise l'appartenance identitaire (Gellereau, 2003, paragraphe 1). La participation et l'interaction qui peuvent se créer entre eux leur permettent de construire des projets en accord avec le territoire et ses enjeux. En effet, si nous devons lier cette question d'appartenance avec le territoire, cela permet d'aménager et d'occuper pleinement l'espace sur lequel la population interagit et se construit en tant que communauté (Deschamps et al., 2013, pages 71 à 95).

Mais, une des difficultés est de « *relier passé et présent, et à développer un imaginaire de l'évolution des territoires* » (Gellereau, 2003, paragraphe 2). En effet, il est difficile de déterminer l'évolution d'un territoire et donc d'inclure des habitants en fonction de leur intérêt et de ce qu'ils reconnaissent comme faisant partie de leur identité culturelle et de leurs pratiques. Le territoire dans lequel s'inscrivent les habitants doit être présenté grâce à des représentations qu'ils pourront considérer et partager au sein même de la communauté, mais également auprès des touristes : « *les projets de développement des mémoires collectives ne participeront à la démocratie que s'ils aident à l'épanouissement de sujets dans la rencontre avec les autres et dans la reconnaissance des diversités culturelles.* » (Gellereau, 2003, paragraphe 2). Ainsi, il faut que l'identité culturelle soit propre à une communauté, qu'elle soit

facilement identifiable et que les projets identitaires qui peuvent être mis en place soient correctement façonnés et en accord avec la représentation de la communauté.

### **3.2. La difficulté à maintenir la mémoire**

En plus des difficultés à faire connaître et reconnaître son identité culturelle, le lien générationnel est parfois difficile à maintenir. En effet, qu'il s'agisse d'une transmission formelle grâce à l'école et son apprentissage ou d'une transmission informelle de génération en génération, l'objectif reste de faire reconnaître sa pratique pour qu'elle puisse perdurer dans l'espace et dans le temps grâce aux praticiens qui la représentent et la font vivre à travers leur savoir-faire. Pour l'immatériel, il existe des lieux de mémoire qui vont permettre de maintenir l'héritage laissé par les communautés et ses individus à travers la mise en tourisme. La mise en avant de cet immatériel grâce au tourisme va créer des espaces de mémoire où s'inscrivent les dynamiques communautaires qui permettent à la fois d'attirer une clientèle de proximité et un public plus large (Origet du Cluzeau, 2009, page 271).

Cependant, la difficulté réside dans ce que considère le praticien comme faisant partie de son patrimoine et de ses pratiques : si ce dernier ou une partie de la communauté considère que le savoir-faire en question ne rentre pas dans le patrimoine hérité de génération en génération alors ce dernier disparaîtra. Par exemple, de nombreux métiers aujourd'hui ont disparu, car il n'y a eu aucune transmission de la mémoire et du savoir-faire d'une génération à une autre, mais il se peut, également, que la communauté ne le considère pas comme faisant partie de leurs pratiques voir de leur patrimoine culturel (Origet du Cluzeau, 2009, page 271).

### **3.3. Un tourisme vecteur d'identité culturelle ?**

Comme nous avons pu le démontrer dans les premières réflexions de cette partie, le tourisme permet aux populations de mettre en avant leur patrimoine et les savoir-faire qui lui sont associés, car c'est un objet pluridisciplinaire qui permet de valoriser et de promouvoir, à différentes échelles, des pratiques et des communautés qui les représentent. Cependant, la difficulté est de ne pas tomber dans le faux en créant des artéfacts qui ne font pas partie de la

communauté et qui ne sont pas les originaux. Le développement peut vite tomber au profit du tourisme et de l'économie en laissant de côté le patrimoine et son authenticité notamment avec le besoin de toujours faire plus : nous voulons normaliser ces pratiques auprès des touristes tout en faisant appel à la population pour nourrir sa culture. Cela pourrait vite entraîner un déséquilibre et le tourisme deviendrait alors une partie dominante de cette culture voire l'activité principale avec des personnes qui se reconvertiraient pour répondre à la demande touristique (Origet du Cluzeau, 2009, 271 pages).

Aujourd'hui et de plus en plus, il y a une prise de conscience auprès des gouvernements et des communautés elles-mêmes du besoin de valoriser leur patrimoine et de le protéger de l'influence touristique pour ne pas tomber dans l'acculturation et la folklorisation de leurs pratiques.

## Conclusion de la partie I

---

Tout au long de cette première partie, nous avons pu nous rendre compte que la culture prend une place considérable dans la nouvelle demande touristique et notamment l'expérience que cette dernière peut apporter : elle ne s'adresse plus à une seule catégorie de personnes, mais bien à toute une population qui a soif de découverte et de partage de son identité culturelle, mais également territoriale avec autrui.

Aujourd'hui, le patrimoine, qui s'inscrit dans l'évolution de la culture, a une place prépondérante dans le processus touristique, car il permet de mettre en avant des destinations et des usagers qui les représentent. La multiplication de ce patrimoine, qui se distingue en patrimoine matériel et immatériel, est, en partie, née de la volonté des communautés et des individus qui souhaitent représenter, valoriser et sauvegarder leur tradition et les pratiques qui les composent. En effet, une véritable prise de conscience s'est installée auprès des institutions, mais également auprès des acteurs des territoires qu'ils soient élus ou encore habitants, du besoin de protéger ce patrimoine notamment grâce aux liens générationnels et au classement de ce dernier. C'est en cela que le patrimoine immatériel est intéressant puisqu'il souhaite sauvegarder des pratiques (rituels, fêtes, traditions orales ...) grâce à l'identité culturelle des communautés et du lien qu'elles peuvent entretenir avec leur propre pratique. Sans elle, le caractère immatériel dans le patrimoine ne pourrait pas exister.

Le tourisme s'inscrit, par ailleurs, de plus en plus dans ce processus patrimonial et il peut rapidement devenir une faille, car il participe à plusieurs phénomènes : la surfréquentation touristique, l'acculturation de la culture elle-même ou encore la folklorisation des pratiques d'une communauté. C'est en cela que la notion de durabilité et donc de développement durable entre en jeu, puisqu'il faut que ce tourisme respecte les fondements de la culture, mais également ceux du phénomène de patrimonialisation. Inversement, la culture pourrait être au service de la mise en tourisme du patrimoine mais cela apporte forcément des faiblesses et des risques, car chacun doit porter les intérêts de l'autre.

Cette contextualisation sur les notions de culture, de patrimoine et de tourisme, nous mène à une réflexion et c'est ce sur quoi se focalise ce mémoire : **comment le tourisme peut-il être, à la fois, facteur d'un développement durable pour les savoir-faire des communautés qui s'inscrivent dans les valeurs du Patrimoine immatériel mais également être un frein pour ces traditions ?**

---

PARTIE II : LES ENJEUX ET LES REPRÉSENTATIONS DU  
PATRIMOINE CULTUREL IMMATÉRIEL AU REGARD DES  
COMMUNAUTÉS ET DES TOURISTES

## Introduction de la Partie II

---

Le Patrimoine culturel immatériel s'inscrit de plus en plus dans le développement culturel et touristique, car il répond à la nouvelle demande d'un touriste en quête d'authenticité et de rapport à l'autre. D'un côté, cette demande se tourne vers les communautés qui sont représentatives de leur patrimoine. En effet, elles sont uniques et se différencient en fonction de leurs pratiques, mais surtout, elles jouent un rôle déterminant dans la réponse à cette demande du Patrimoine culturel immatériel et de l'offre touristique qui peut en être associé. D'un autre côté, les touristes deviennent de véritables acteurs de ce patrimoine, car ils interagissent avec les praticiens et souhaitent apprendre et partager leur propre identité afin de marquer à la fois leur identification et leur différence. Tout au long de cette deuxième partie, nous mettrons en avant les différents regards qui peuvent être portés sur le Patrimoine culturel immatériel, car ce patrimoine se construit à travers des acteurs et des territoires qui sont à la fois complémentaires et différents.

Dans un premier chapitre, nous nous pencherons sur les communautés qui sont les principales intéressées de cet objet immatériel, car elles sont le reflet de leur patrimoine et qu'elles rentrent dans le processus de classification. Sans elles, le maintien de la mémoire et du savoir-faire ne pourrait pas s'opérer, il est donc essentiel pour notre compréhension, de mettre en avant ces communautés.

Dans un deuxième chapitre, nous ferons le lien avec les fragilités et les limites de ce patrimoine, car certes, il répond aux intérêts de la demande touristique et à l'évolution de la culture, mais il reste peu reconnu et surtout fragilisé notamment face à la marchandisation massive des pratiques, à la folklorisation de ces dernières et à la sacralisation des cultures locales.

Enfin, dans un troisième chapitre, nous nous porterons sur le regard des touristes et sur les images et représentations qu'ils peuvent se faire du patrimoine immatériel. En effet, ces touristes, comme nous avons pu le montrer dans la première partie, s'ancrent dans le processus de patrimonialisation, car, eux aussi, sont des acteurs de la culture. Il est donc nécessaire de montrer le lien entre eux et le patrimoine.

## Chapitre I - Des communautés locales qui jouent un rôle déterminant dans la reconnaissance du Patrimoine culturel immatériel

---

Nous ne pouvons pas parler de Patrimoine culturel immatériel sans inclure la communauté et les individus qui la composent. Elle est fédératrice et repose sur les pratiques qu'elle considère comme faisant partie intégrante de son identité culturelle. Aujourd'hui, ces groupes sont des acteurs fondamentaux dans le classement à l'Inventaire national du patrimoine immatériel et à l'UNESCO, car ils sont les détenteurs de leur savoir-faire et ils sont les porteurs du projet de classement.

### 1. Une communauté qui se définit par l'unité

#### 1.1. Un patrimoine qui tient compte des populations locales

Chaque population a des rites, des fêtes et d'autres traditions auxquels elle s'identifie : les sentiments vécus par chaque individu vont être identiques et finalement, la différence d'interprétation des pratiques va créer une unité, car ils font partie d'une communauté qui se transmet du savoir, du savoir-être, du savoir-faire et donc une globalité culturelle (Heiniger-Casteret, 2016, conférence 3<sup>e</sup> Rencontre internationale du Patrimoine culturel immatériel en Bretagne). Les populations locales, que nous pouvons appeler communautés, sont indissociables de la reconnaissance du Patrimoine culturel immatériel. Étant défini comme les « *détenteurs* » (Maguet, 2011, pages 47 à 73, paragraphe 4 à 7) du Patrimoine immatériel, leur rôle s'inscrit dans « *une identification des éléments susceptibles de faire l'objet d'une demande de reconnaissance. En retour, ils pourront prétendre à des aides de l'État pour organiser des programmes éducatifs et des formations spécifiques, ou toute autre forme d'action de sauvegarde* » (Maguet, 2011, paragraphe 4). Grâce à leur implication, ce patrimoine va pouvoir évoluer, être reconnu et surtout être mis en valeur auprès des acteurs du territoire, des populations environnantes, mais également des touristes. Inversement, le Patrimoine immatériel va permettre à ces populations de maintenir son sentiment d'appartenance à la communauté et à se sentir impliquer dans le processus d'évolution des pratiques : « *Ce sont autant d'éléments de base qui leur permettent finalement de questionner leur groupe*

*et d'intégrer dans leur questionnement du sensitif, du non palpable, de l'intime dans la construction au quotidien de ce qu'est le patrimoine culturel immatériel*» (Heiniger-Casteret, 2016, conférence 3<sup>e</sup> Rencontre internationale du Patrimoine culturel immatériel en Bretagne). Par ailleurs, ce qui est novateur dans ce Patrimoine immatériel c'est qu'il ne ressemble à aucun autre grâce à son adaptabilité face aux différents acteurs qu'il peut rencontrer. En effet, dans la Convention de 2003, nous découvrons que les pratiques représentées sont identifiables auprès de « *communautés, les groupes et, le cas échéant, les individus* » (Duvignaud et al., 2004, page 209). Cette volonté de diversifier la définition générale du Patrimoine immatériel, permet à la fois, de rendre compte que ce patrimoine n'interagit pas qu'avec un seul regroupement d'acteurs, mais bien avec des acteurs qui peuvent s'identifier en tant que communauté à part entière, en tant que groupe (troupes de théâtre par exemple) qui partage une même pratique ou encore, en tant qu'individus définit comme « *trésors nationaux vivants* » (Maguet, 2011, paragraphe 9) mis en place au Japon qui se caractérise par des personnes considérées comme conservatrices d'un bien immatériel qui est hérité de génération en génération. Le Patrimoine culturel immatériel permet donc de créer une véritable interaction et permet d'établir des liens entre ces communautés, ces groupes et ces individus tout en respectant leur identité culturelle et comment ces derniers la définissent.

## **1.2. La transmission de génération en génération est essentielle dans la reconnaissance du Patrimoine immatériel et de la communauté**

Le Patrimoine immatériel s'identifie à travers une pratique, une communauté, mais également à travers le lien générationnel qui peut se créer entre les deux. L'objectif, lors de la reconnaissance du bien immatériel, est de rassembler autour d'une même identité culturelle, des praticiens de génération différente qui ont tous un rôle à jouer dans la représentation de leur pratique. Ce lien se caractérise notamment par la transmission de génération en génération. En effet, sans cette transmission en continu, la pratique ne pourrait pas perdurer et elle ne pourrait pas être reconnue comme faisant partie du Patrimoine immatériel et des intérêts de classification de ce dernier. Aujourd'hui, la transmission peut s'opérer de deux manières :

- a) Soit par une transmission formelle qui va inclure un enseignement auprès d'écoles spécialisées (CAP, BTS ...).
- b) Soit par une transmission informelle de génération en génération, de praticiens à successeurs.

Même si la transmission informelle reste essentielle au bon maintien de la pratique, l'évolution que cela a pu apporter induit une professionnalisation des pratiques<sup>16</sup>.

Par ailleurs, ce lien qui va être maintenu va permettre aux communautés et aux individus de situer leur pratique dans le temps et dans l'espace et donc d'être en perpétuelle évolution avec elle. Ils vont pouvoir se poser de nouvelles questions concernant, par exemple, leurs pratiques familiales, leurs pratiques associatives ou culturelles... Ainsi, la transmission qui va s'opérer fait que cette notion d'immatérialité va s'étendre à de nouveaux domaines que les communautés vont considérer comme faisant partie de leur pratique et de leurs traditions communautaires ou individuelles (Heiniger-Casteret, 2016, conférence 3<sup>e</sup> Rencontre internationale du Patrimoine culturel immatériel en Bretagne).

### **1.3. La culture et les pratiques traditionnelles doivent être reconnues par la communauté**

En effet, pour qu'il y ait reconnaissance de l'immatériel et tout ce qui peut s'apparenter à la communauté et à sa pratique, il est essentiel que la communauté reconnaisse que la tradition ou le savoir-faire présenté fait partie intégrante de son identité culturelle. Cette caractéristique de l'immatériel est novatrice, car cela prouve que la reconnaissance ne repose pas que sur ces experts du patrimoine et de la culture, mais bien sur les principaux intéressés qui constituent la pratique et le patrimoine en général. Ils deviennent alors les fondements mêmes des objectifs du Patrimoine immatériel.

*« De cette manière, les groupes de praticiens qui vivent sur le territoire d'un État contractant ont la possibilité d'assurer leur perpétuation en tant que groupes. Ce qui se joue ne concerne pas seulement des traditions, des spectacles ou des savoir-faire, ces différentes facettes du patrimoine sont elles-mêmes pensées comme fondatrices des groupes qui les portent. Comme l'indique très précisément la Convention, elles donnent à leurs détenteurs « un sentiment d'identité et de continuité ». Dans cette optique, il existe une relation de définition circulaire entre le patrimoine culturel immatériel et les communautés. » (Maguet, 2011, paragraphe 5)*

---

<sup>16</sup> Unesco. Patrimoine Culturel Immatériel, Transmission [en ligne]. Disponible sur <https://ich.unesco.org/fr/transmission-00078> (Consulté le 05/03/2022).

Ainsi, les savoir-faire et traditions doivent être fédératrices et porteuses aux yeux de la communauté : les biens immatériels doivent déjà être valorisés par ces dernières, avant même d'être présentés à un classement ou auprès du public (Maguet, 2011, paragraphe 6). En effet, ces biens ne deviennent pas subitement des pratiques, il faut donc une communauté qui interagit par une transmission en continu de sa pratique et qui surtout, la considère comme faisant partie de son identité culturelle et patrimoniale, sans cela, le processus de patrimonialisation ne peut pas se mettre en place et l'immatérialité ne peut donc pas perdurer (Duvignaud et al., 2004, 254 pages).

## 2. Un phénomène touristique vecteur de revitalisation et de revalorisation de la communauté et de ses pratiques patrimoniales et culturelles

### **2.1. La relation entre la population et le touriste**

La relation entre ces communautés et les touristes est complexe, car elle figure sous deux angles distincts. D'un côté, le touriste va permettre aux communautés de valoriser leur propre identité culturelle, car cette identité se caractérise dans l'espace public où se forment les identités collectives, mais également les identités individuelles. Le touriste est donc un acteur de l'interaction et donc de l'échange qui va pouvoir se créer entre plusieurs cultures : à travers son séjour, il va mettre en confrontation sa propre culture pour découvrir celle d'autrui (Origet du Cluzeau et al., 2009, 271 pages). Par ailleurs, la rencontre avec le touriste va permettre aux habitants de partager leurs activités traditionnelles, ce qui va mettre en avant leur patrimoine : *« des bénéfices pour les habitants surviennent quand leurs activités sont complémentaires aux activités touristiques, et particulièrement quand la population locale est responsable de la mise en tourisme de son territoire »* (Huerta-Nunez, 2020, paragraphe 2). Il est cependant primordial, comme le souligne l'auteure Adriana Huerta-Nunez dans cette citation, que la population locale soit dans une maîtrise quasi totale, voire totale, du phénomène touristique : c'est elle qui doit en être la détentrice, car cela apporte de nombreux enjeux dans le cas contraire.

En effet, d'un autre côté, il subsiste de nombreux conflits entre populations locales et touristes. Si le tourisme et l'impact du touriste ne sont pas maîtrisés par les habitants, cela peut mener à de nombreuses problématiques comme une perte de repères menant à la perte de son identité culturelle et donc au « *clivage générationnel* » (Michel, 2002, page 475 à 487). Nous observons de nombreuses destinations, mais également de nombreuses communautés comme les autochtones qui changent totalement leur identité, leur manière de consommer voire leur manière de vivre pour pouvoir répondre à la demande touristique. L'auteur et chercheur Franck Michel a voulu montrer cette influence touristique sur les populations locales, notamment le peuple des Torajas en Indonésie, et en a retiré plusieurs problématiques. Tout d'abord, les populations sont en perte de repères culturels traditionnels entraînant une plus forte tendance pour le consumériste et l'occidentalisation (Michel, 2002, page 475 à 487). En effet, certains Torajas se miment eux-mêmes pour montrer un côté sauvage qu'ils pensent attendu par les touristes occidentaux, d'autres, au contraire, imitent les Occidentaux. L'auteur souligne qu'il y a peu d'échanges entre les touristes et les autochtones et que ces derniers s'adaptent aux Occidentaux plutôt que le contraire. Enfin, le manque de contrôle des autochtones sur le tourisme peut être dangereux et amener à une « *touristification* » (Michel, 2002, page 475 à 487) de la destination s'ils continuent d'adapter leur culture au tourisme, plutôt que d'adapter le tourisme à leur culture. Il y a une tendance à exploiter économiquement leur culture traditionnelle pour satisfaire les touristes ce qui peut représenter une menace pour les pratiques de cette communauté.

Toutes ces limites renforcent le fossé qui peut se creuser entre les différentes minorités, mais également au sein même de leur communauté, avec notamment un système de « *castes sociales* » (Michel, 2002, page 475 à 487) qui amplifient les nombreuses pressions interculturelles.

## **2.2. Le tourisme comme facteur d'attractivité pour le territoire des communautés**

Nous ne pouvons pas écarter que le tourisme est un facteur de développement territorial, car il permet de créer du lien entre les touristes et les populations, mais également entre les populations et leurs propres activités. Il favorise également l'échange et les interactions, mais, si nous faisons le lien entre le territoire, le tourisme et le Patrimoine immatériel, nous comprenons que ce tourisme favorise les inscriptions au Patrimoine culturel immatériel.

Selon les populations locales, le tourisme est un moyen de gagner en labellisation et donc en attractivité touristique sur le territoire. Ces inscriptions sont intégrées, selon les experts, dans le processus de promotion touristique des sites et des territoires concernés (Condevaux, 2016, 3e Rencontre internationale du Patrimoine culturel immatériel en Bretagne). C'est le cas du classement à l'Inventaire national puis mondial du Fest-Noz en Bretagne : les touristes ont pu découvrir un atout de la région et cela a permis aux populations locales, qui sont détentrices du Fest-Noz, de valoriser leur pratique et leur territoire. Ce développement territorial par le tourisme est donc profitable pour les populations locales qui veulent faire découvrir leur savoir-faire auprès du monde entier (Condevaux, 2016, 3e Rencontre internationale du Patrimoine culturel immatériel en Bretagne).

### **2.3. Le multiculturalisme : la nouvelle façon d'envisager le tourisme et son intégration au cœur des pratiques des communautés**

La mise en tourisme de ces cultures permet de les rendre visibles et de mettre en avant leur identité culturelle. Par exemple à Baltimore dans les années 1970, la mise en tourisme fut à l'initiative des locaux qui ont voulu donner un deuxième souffle à leur ville grâce à la mise en place d'activités ludiques. En effet, une grande majorité des territoires touristiques ont du mal à intégrer et attirer les touristes, car la plupart sont proches de « *bulle touristique* » (Origet du Cluzeau et al., 2009, page 79). Aujourd'hui, beaucoup de minorités ne se reconnaissent pas dans le développement économique et touristique, car elles sont mises de côté avec des projets plus attractifs ailleurs et leur propre culture est totalement effacée. Il est parfois même difficile de retrouver des traces selon les expertises d'archéologues (Origet du Cluzeau et al., 2009, page 79).

La solution est aujourd'hui la mise en avant du caractère immatériel des cultures qui met en avant la notion de « *multiculturalisme* » (Origet du Cluzeau et al., 2009, page 83). Cette notion permet de faire interagir plusieurs groupes distincts dans une seule et même culture. D'un côté, cela va permettre de casser avec les codes traditionnels de visites des touristes et des groupes qui viennent découvrir la culture et l'histoire de cette communauté, et de l'autre côté, cela va favoriser l'emploi auprès de la communauté tout en apportant des subventions.

Ainsi, la mise en avant de cet immatériel grâce au tourisme va créer des espaces de mémoire où s'inscrivent les dynamiques communautaires qui permettent à la fois d'attirer une clientèle de proximité et un public plus large. De plus en plus, il y a une prise de conscience auprès des gouvernements et des communautés elles-mêmes du besoin de valoriser le patrimoine des communautés et de le protéger de l'influence touristique. Pour l'immatériel, il existe des lieux de mémoire qui vont permettre de maintenir l'héritage laissé par les communautés et ses individus à travers la mise en tourisme. Mais la difficulté est de ne pas tomber dans un déséquilibre avec un tourisme qui viendrait effacer la culture originelle des communautés : il faut que le tourisme soit un facteur de cohésion et d'échange entre touristes et populations sans tomber dans le faux et donc dans l'acculturation ou encore la folklorisation (Origet du Cluzeau et al., 2009, 271 pages).

### 3. Des traditions et des savoir-faire souvent mis en péril

#### 3.1. **Une identification culturelle parfois difficile à cerner pour les individus et les communautés**

Même si le Patrimoine culturel immatériel permet aux communautés de renouer avec leur identité culturelle, ce dernier fait face, encore aujourd'hui, à de nombreux enjeux difficiles à délier. Tout au long de nos recherches sur la place des communautés dans ce processus de patrimonialisation, nous avons pu faire ressortir trois enjeux qui font que ce patrimoine reste parfois en désaccord avec les réels objectifs qui lui sont définis dans la Convention.

Le premier enjeu que nous avons pu observer est que les individus qui s'inscrivent dans une communauté ne s'identifient pas toujours à cette dernière. En effet, ce n'est pas parce qu'une personne s'inscrit dans un processus identitaire égale à un groupe, qu'elle se sent forcément impliquée dans la cohésion sociale de ce groupe (Chédotel, 2004, page 161 à 163). Selon le sociologue Fidel Molina-Luque, il est difficile de faire une différence entre identité collective et identité individuelle, car nous associons souvent la culture à une identité collective qui se maintient grâce à plusieurs acteurs qui jouent un rôle social et qui partagent une identité commune.

Pour que le processus d'identification puisse fonctionner, il est essentiel que chacune des identités se construise en accord avec l'autre et surtout dans l'interaction au sein même de la communauté, mais également à l'extérieur de cette dernière : « *En outre, l'identité sociale n'est jamais unilatérale, elle a besoin de l'interaction. Dans ce sens, les identités sociales individuelles, autant que collectives, peuvent être comprises en utilisant un modèle dialectique de processus, externe et interne.* » (Monila-Luque, 2002, partie II). Pour lui, l'« *identité communautaire* » (Monila-Luque, 2002, partie IV) permet de souligner cette identité culturelle grâce à la cohésion et au lien social, car cette communauté est au fondement de l'appartenance identitaire d'un individu. Cependant, il est difficile pour ces sociologues, et un grand nombre d'autres experts, de qualifier cette identité, car il prédomine de nombreux conflits entre les communautés qui se considèrent comme différentes et n'appartenant pas à une même culture alors qu'ils s'inscrivent dans une même société (Monila-Luque, 2002, partie IV).

### **3.2. Un classement au Patrimoine culturel immatériel où il est difficile de réunir tous les acteurs**

Nous avons montré, dans les premières réflexions de cette deuxième partie, qu'il est essentiel, pour pouvoir envisager un classement ou même une reconnaissance du Patrimoine immatériel, que les communautés et les populations locales s'inscrivent dans l'évolution des pratiques culturelles. Or, nous avons pu observer durant nos recherches, qu'il est parfois difficile d'identifier les véritables acteurs du patrimoine mis en avant. De nombreuses destinations sont reconnues pour leur culture cosmopolite qui mélange plusieurs identités et donc plusieurs cultures et il est parfois difficile de connaître les véritables détenteurs de la pratique qui souhaitent être classés. Cela peut mener à des conflits d'usage, mais également à se poser la question de la propriété intellectuelle (Cornu, 2012, paragraphe 2), car de nombreuses pratiques sont héritées de plusieurs cultures par exemple le chant, la danse, la musique qui se caractérisent par un grand nombre d'influences. Il est donc important de bien identifier la communauté source de la pratique :

*« Là encore il faut distinguer la source originnaire – celle qui a permis la création – de la création elle-même. La première ne devrait pas pouvoir faire l'objet d'une appropriation au profit d'un tiers qui priverait tout autre y compris son auteur de sa jouissance. Lorsqu'un compositeur utilise un chant traditionnel, c'est son apport qu'il privatise et non le chant utilisé. »* (Cornu, 2012, paragraphe 37).

En effet, ce sont de véritables questions de droit et d'exploitation de ces pratiques qui sont mis en avant et il est important d'en tenir compte, car cela pose de nombreuses questions notamment sur l'emprunt et l'utilisation exacte de la pratique par les détenteurs. Tout comme l'enjeu précédent, cette deuxième difficulté ne peut pas être écartée, car il est difficile de réunir plusieurs acteurs dans un même patrimoine, car chacun va vouloir s'identifier à la pratique et va la reconnaître comme faisant partie de son identité.

### **3.3. Des touristes qui s'approprient la culture des autres : le phénomène d'acculturation et de sacralisation de la culture locale et des pratiques**

Enfin, le troisième et dernier enjeu que nous avons pu observer est celui de l'appropriation de la culture par le touriste qui mène souvent au phénomène d'acculturation et de sacralisation des pratiques.

En effet, la rencontre avec le touriste permet de créer un véritable échange entre cultures, mais, très souvent, le touriste devient un colonisateur et met en péril la culture et ses pratiques. Il déforme voire dénature les cultures dites locales en altérant l'authenticité des pratiques et en les falsifiant pour que ces dernières puissent correspondre à la demande touristique et aux besoins des touristes (Origet du Cluzeau et al., 2009, 271 pages). Ce tourisme a donc un impact conséquent sur les traditions et les pratiques, mais également sur la diversité culturelle des communautés quitte à rendre payantes certaines traditions : beaucoup de minorités, aujourd'hui, marchandent leur propre culture, car cela leur permet d'en tirer des bénéfices économiques (Michel, 2002, pages 475 à 487). Ces phénomènes, notamment la sacralisation, sont dangereux pour les communautés, car cela les mène très souvent à ne plus faire évoluer leurs pratiques : le lien générationnel ne s'établit plus entre praticiens et successeurs, les artefacts deviennent des faux et le rapport entre identité et pratiques est rompu. Ces détenteurs vont vouloir créer des pratiques spectaculaires qui ne sont pas en accord avec l'identité culturelle des communautés, mais également avec les objectifs du Patrimoine culturel immatériel. Les pratiques sont alors figées dans le temps, dans l'espace et se retrouvent muséifier : cela marque la fin de la pratique, car elle ne plus évoluer et va donc peu à peu disparaître. Tout ce que nous décrivons montre que le tourisme, et surtout le besoin que peut ressentir le touriste à s'identifier à une culture et de la mettre en concurrence avec la sienne, est souvent décisionnaire de l'avenir des cultures et de leur diversité (Michel, 2002, pages 475 à 487).

## Chapitre II - Un patrimoine en pleine construction qui fait face à de nombreux enjeux et de nombreuses limites

---

Comme nous avons pu l'expliquer, la prise de conscience des risques liés au patrimoine et au savoir-faire de la communauté se construit peu à peu, mais il reste encore aujourd'hui beaucoup de travail, car, les communautés sont les premières impactées par les phénomènes que nous avons pu présenter précédemment, mais ce ne sont pas les seuls. Lors de la construction du Patrimoine culturel immatériel, des failles se sont manifestées malgré la volonté de faire perdurer un patrimoine en accord avec les intérêts actuels pour le développement durable des patrimoines. Dans cette partie, nous allons découvrir ces enjeux.

### 1. Un patrimoine qui reste fragile et peu reconnu

#### 1.1. **Son potentiel patrimonial est peu reconnu ce qui entraîne une mauvaise compréhension de sa définition**

Le Patrimoine culturel immatériel est, malgré son existence depuis 2003 et sa ratification en France en 2006, globalement méconnu des acteurs des territoires tels que les collectivités territoriales et les communautés qui vont représenter leur patrimoine, mais également méconnu du grand public. Tout comme les ethnologues, chercheurs ou encore scientifiques, le doute réside dans la définition même de ce patrimoine comme immatériel. En effet, cette notion est difficilement interprétable et compréhensive pour ces acteurs, car ils vont souvent interpréter ce Patrimoine immatériel en lien avec le passé alors qu'il n'a « *pas vocation à comprendre des pratiques passées qui n'auraient plus cours. Il concerne exclusivement des pratiques vivantes que les contemporains reconnaissent comme des éléments de leur patrimoine et qu'ils souhaitent pouvoir transmettre aux générations suivantes afin qu'elles se l'approprient* » (Sénat, 2021, page 17). Beaucoup d'experts sont d'accord pour changer ce terme d'« *immatériel* » en « *patrimoine vivant* » (Sénat, 2021, page 18) afin de mieux définir le caractère contemporain des pratiques et l'interaction qui peut se créer au sein de la communauté, mais également entre visiteurs et visités. Par ailleurs, son manque de

reconnaissance réside dans le peu de visibilité qu'il peut avoir notamment auprès du grand public :

*« Les éléments qui relèvent du PCI sont rarement identifiés comme tels par le grand public. La plupart des Français n'ont pas aujourd'hui conscience que le jeu ou l'activité qu'ils pratiquent, la fête à laquelle ils participent, ou le savoir-faire qu'ils apprécient font partie de leur patrimoine et que leur transmission aux générations futures constitue un enjeu, comme pour le patrimoine bâti. Comme le souligne très justement Pierre Sanner, président de l'Association France PCI, qui réunit tous les éléments inscrits à l'UNESCO, « À l'instar de Monsieur Jourdain, la plupart des personnes prennent part au PCI sans le savoir ». » (Sénat, 2021, page 19).*

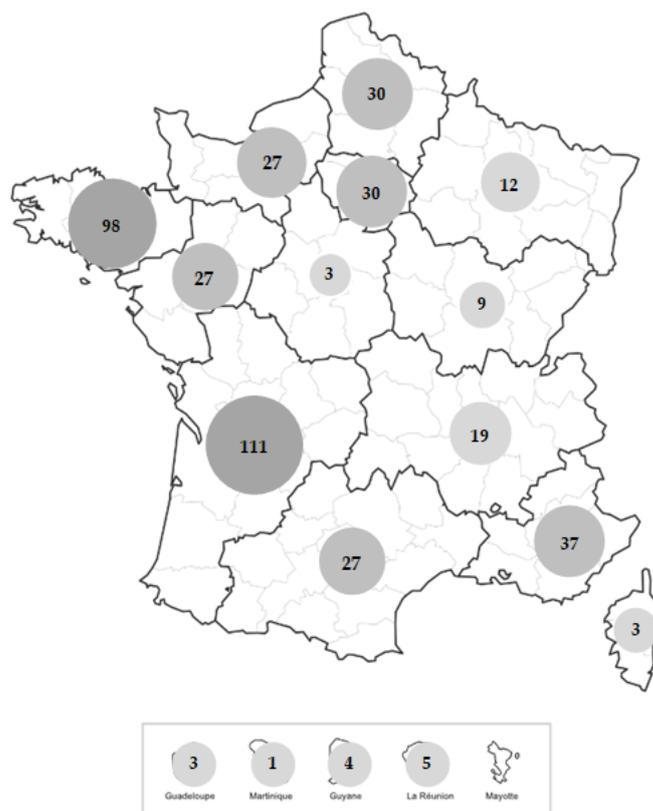
Cette situation s'explique notamment par la nouveauté que peut apporter ce patrimoine ; par l'ombre que peut lui faire les patrimoines qui sont établis depuis des décennies tels que le Patrimoine mondial qui signifie, pour le grand public, un gage d'exceptionnalité et donc d'attrait culturel et patrimonial certain ; mais également, cela s'explique par le rôle des communautés qui sont au cœur du processus de patrimonialisation. En effet, le Patrimoine immatériel n'est pas institutionnalisé et donc les actions de promotion ne sont pas à une échelle conséquente pour sa reconnaissance internationale (Sénat, 2021, page 19). Selon le rapport d'information de la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication (Sénat, 2021, page 20), la prise de conscience reste, encore aujourd'hui, difficile, mais il y a une réelle volonté d'améliorer la visibilité de ce patrimoine. Les solutions seraient la sensibilisation des jeunes en proposant des ateliers et des formations en lien avec la culture et le patrimoine ; le développement d'actions de sensibilisation auprès du grand public avec des expositions, des campagnes de communication et de nombreux autres outils ; enfin, l'idéal serait de faire adhérer un large public pour qu'il puisse contribuer à la promotion et la valorisation du Patrimoine immatériel.

Par ailleurs, la question se pose également auprès des acteurs du territoire et des communautés qui restent peu enclins à jouer un rôle essentiel dans la sauvegarde de ce patrimoine. Pour répondre à cette difficulté, les experts souhaitent mener des actions de sensibilisation grâce à la formation ; mettre en place des études sur les retombées du classement au Patrimoine culturel immatériel, mais également de proposer une aide et un accompagnement, auprès des détenteurs du savoir-faire, lors de l'inscription (Sénat, 2021, page 20).

## 1.2. Un inventaire national du Patrimoine immatériel qui a du mal à se faire une place sur les listes de l'UNESCO

Aujourd'hui, l'Inventaire national manque de notoriété par rapport à celui des listes de l'UNESCO. En effet, malgré les outils mis en place par le ministère de la Culture pour faire en sorte de gagner en visibilité, l'intérêt porté sur un classement à cet inventaire français varie d'une région à l'autre et reste relativement fragile (Sénat, 2021, page 28).

**Figure 3 : Répartition géographique des pratiques inscrites à l'Inventaire national du Patrimoine culturel immatériel<sup>17</sup>**



<sup>17</sup> Commission de la culture, de l'éducation et de la communication, 2021.

Cette répartition montre bien que, selon la région dans laquelle nous nous trouvons, les éléments inscrits varient considérablement et de manière désordonnée ce qui ne facilite pas son intégration territoriale et sociale. Par ailleurs, la difficulté réside dans la reconnaissance du Patrimoine immatériel français sur les listes internationales : aujourd'hui, l'UNESCO n'autorise à la France que le dépôt d'une seule candidature, tous les 2 ans, pour apparaître sur ses listes représentatives car, considérée comme relativement avantagée par rapport à d'autres destinations. En effet, la France compte 14 éléments déjà inscrits sur les listes de l'UNESCO (Sénat, 2021, page 30). Ce phénomène est peu bénéfique pour l'Inventaire français, car beaucoup vont alors se tourner directement vers un classement sur les listes représentatives de l'UNESCO afin d'avoir une reconnaissance internationale plus rapidement (Sénat, 2021, page 30). Mais, l'engorgement des candidatures auprès de l'UNESCO rend les classements plus sélectifs au niveau national, car les critères de sélection mis en place, deviennent de plus en plus exigeants (Sénat, 2021, page 31).

Selon le rapport officiel du Sénat fait au nom de la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication (Sénat, 2021, page 32), les seules solutions qui pourraient être envisagées, pour que les regards portés sur l'Inventaire national changent, seraient soit :

- Que l'UNESCO accepte de classer plus d'éléments français sur ses listes représentatives ;
- Renforcer la visibilité de l'Inventaire français en montrant aux porteurs de projets ce que ce classement national peut leur apporter (formations, sensibilisation ...).

### **1.3. Les missions engagées pour pérenniser le Patrimoine culturel immatériel français**

Malgré les difficultés liées au Patrimoine culturel immatériel, les experts se réunissent pour proposer des solutions et des objectifs à long terme pour pérenniser ce patrimoine. Selon la mission d'information mise en place par la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication (Sénat, 2021, page 36 à 40), il faudrait que :

- a) Le Patrimoine culturel immatériel devient un patrimoine à part entière grâce à la mise en place d'outils de communication et de promotion. Par exemple, elle propose que

l'année 2023 soit l'année de ce patrimoine, car cela fera 20 ans qu'il existe. Également, elle souhaite faire en sorte qu'il y est des « *Journées du patrimoine culturel immatériel* » (Sénat, 2021, page 36) sur le même modèle des Journées du Patrimoine créé en 1984, mais également de programmer une émission télévisée « *La pratique culturelle immatérielle préférée des Français* » (Sénat, 2021, page 37) qui proposerait de mettre en lumière les pratiques des communautés et le lien qu'elles peuvent entretenir avec elles. Ce modèle de communication permettrait de gagner en visibilité et de créer du lien entre le patrimoine immatériel et le patrimoine matériel qui est le plus souvent mis à l'honneur.

- b) Le public soit fortement sensibilisé à la sauvegarde du Patrimoine culturel immatériel grâce à la formation auprès des jeunes, mais également auprès des élus locaux en proposant un accompagnement et la mise en place d'outils de sauvegarde du patrimoine. Par ailleurs, cet accompagnement pourrait être mis en place par un observatoire qui serait chargé de récupérer des données en lien avec le nombre d'inscriptions : ce qui permettrait d'avoir des chiffres sur ce patrimoine.
- c) Regrouper plus de moyens pour sa sauvegarde en impliquant plus d'acteurs tels que des référents à la Direction régionale des Affaires culturelles notamment ou en sollicitant plusieurs ministères qui pourraient apporter leur aide dans la reconnaissance de ce patrimoine.
- d) Renforcer la reconnaissance de l'Inventaire national français en proposant un suivi des pratiques présentées mais également en classant des savoir-faire en accord avec une thématique et une zone géographique bien définie.
- e) Enfin, de renforcer le lien entre l'Inventaire national français et l'UNESCO en créant des synergies entre les villes, les États et tous les acteurs qui peuvent entrer dans le processus de patrimonialisation et de classement de ce Patrimoine immatériel.

Aujourd'hui, ces missions font partie des buts à atteindre et cela va être un travail compliqué pour pouvoir répondre à ces nouvelles exigences, car cela demande du temps et de nombreux acteurs à regrouper dans un seul et même objectif : rendre la culture accessible à tous et faire en sorte que le Patrimoine culturel immatériel est une place légitime auprès des communautés et des touristes.

## 2. Une culture qui peut être perçue comme élitiste

### 2.1. La diversification de la culture

À l'époque, la culture et le tourisme étaient différenciés. En effet, au XVIII<sup>e</sup> siècle, avec le Grand Tour, les jeunes aristocrates anglais qui partaient à la découverte du monde pour achever leur éducation et parfaire leur rang étaient considérés comme des « *visiteurs des hauts-lieux de culture et un agent culturel agissant amateur initié, faiseurs de modes et de lieux dédiés* » (Origet du Cluzeau, 2009, page 11). Ce voyage était plus considéré comme un voyage initiatique au lieu d'un simple voyage d'agrément que nous pouvons connaître aujourd'hui. Ainsi, à cette époque, la culture s'adresse principalement à des classes sociales éduquées et élevées qui ont les moyens de la découvrir grâce à leur éducation aristocratique. Pendant très longtemps le tourisme et la culture étaient alors totalement dissociés, car elle n'appartenait pas à la classe moyenne. Cependant, depuis quelques années, il y a une vraie prise de conscience du potentiel de chacun, car ces domaines peuvent fonctionner ensemble pour des raisons économiques, sociales et symboliques qui peuvent en être associées.

Aujourd'hui, le tourisme a besoin de la culture et la culture a besoin du tourisme : le tourisme, à lui seul, apporte de nombreuses recettes et la culture, quant à elle, est un secteur où il y a une importante dépense de la part des touristes. Ainsi, ces deux secteurs peuvent être mutualisés, car la culture est à la fois sociale, économique, urbaine, touristique et culturelle et le tourisme devient, au fur et à mesure, l'identité des territoires et des populations, qu'elles y vivent ou qu'elles soient de passage. Ces notions permettent de mettre en avant le développement du lien social : « *Dans un contexte où l'on fait du « tout tourisme » ou du « tout patrimoine » - c'est à dire où tout ou presque, peut devenir touristique comme patrimonial et où le tourisme est lui-même une « machine à produire des patrimoines »* » (Origet du Cluzeau et al., 2009, page 14).

### 2.2. Une différence notable entre touriste et visiteur

Certes, la culture et le tourisme peuvent être qualifiés d'indissociables, car la culture est aujourd'hui principalement assimilée aux loisirs, mais de nombreux débats se soulèvent quant à

la place qu'occupe ce touriste dans cette culture. Comme nous l'avons abordé précédemment, le touriste occupe une place importante dans le phénomène touristique et la patrimonialisation des territoires, ce qui entraîne une forte fréquentation des sites et des lieux d'intérêts culturels. De nombreux experts s'accordent pour faire une distinction entre visiteurs et touristes : en effet, le touriste est perçu comme un « *intrus* » (Origet du Cluzeau et al., 2009, page 12) voire comme un ennemi qui est vecteur de massification, de dégradation et de destruction, qui se rend principalement sur ces lieux culturels, car le site attire de nombreux touristes et que c'est une chose à voir. Alors que, d'un autre côté, nous avons le visiteur qui est un grand connaisseur de cette culture, qui représente l'élite (s'apparentant aux aristocrates anglais) grâce à sa grande connaissance de cette culture.

Par ailleurs, cette distinction fait écho à celle mise en avant entre le touriste et le voyageur avec, d'un côté, le touriste qui détruit et, d'un autre côté, le voyageur qui est un aventurier respectueux de l'environnement qu'il découvre, qui s'acclimata à la culture locale et qui va à la rencontre de l'autre : il reste dans une dimension de bienveillance, de partage et de tolérance auprès des habitants et des usagers.

### **2.3. Des professionnels du tourisme et des professionnels de la culture souvent en désaccord sur la représentativité du patrimoine**

Par ailleurs, les professionnels de la culture et les professionnels du tourisme ne sont pas forcément d'accord concernant la place que doit occuper le tourisme dans cette culture. Comme nous le montrons dans les deux sous-parties précédentes, le tourisme s'est rapidement identifié à la culture. En effet, le touriste, aujourd'hui, quand il voyage, souhaite de plus en plus partir à la découverte de cette dernière, mais cela pose facilement problème quant à l'organisation culturelle que doivent employer les professionnels de la culture. Selon Origet du Cluzeau et al., les professionnels doivent s'adapter à la demande touristique en oubliant parfois le côté qualitatif de leur offre : faire travailler les parties prenantes au tourisme et à la culture peuvent parfois être difficiles, car cela entraîne souvent « *une inégalité des attentes et des rapports de force* » (Montargot et al., 2017, paragraphe 13). Selon l'auteure Nathalie Montargot, professeure associée, cette tension entre les différents acteurs repose sur trois notions (Montargot et al., 2017, paragraphe 13) :

- Le pouvoir, qui permet d'imposer sa volonté ;
- La légitimité, qui reconnaît les actions menées par la partie prenante ;

- Et l'urgence, qui va permettre de peser l'importance de l'action menée dans le temps et dans l'espace.

Ces attributs présentés par l'auteure prouvent que lorsque différents acteurs travaillent ensemble il est parfois difficile de les faire collaborer dans un seul et même but, car chacun va vouloir représenter ses idées. Si nous faisons le lien avec la culture et le tourisme, cela crée alors des dissonances au sein même de la représentativité de la culture et du patrimoine, car, les professionnels du tourisme vont proposer des offres touristiques en accord avec la demande pour générer du profit ce qui va entraîner une forte fréquentation des sites culturels. D'un autre côté, nous avons les professionnels de la culture qui souhaitent valoriser, tout en protégeant, les objets de la culture, du patrimoine et qui aimeraient rencontrer des connaisseurs de cette culture qui s'inscrivent dans cette conscience et cette volonté de protection (Origet du Cluzeau, 2009, 271 pages). Cette difficulté est encore très présente dans de nombreux domaines, mais d'autant plus dans la culture et le tourisme, car ils représentent un grand nombre de professionnels et d'acteurs. Le souci réside également dans la place que le tourisme prend au sein même de ce patrimoine et de cette culture.

### 3. Tourisme et Patrimoine culturel immatériel : des relations complexes et difficiles

#### 3.1. **Un tourisme qui modifie la perception du patrimoine et qui le met en péril**

Un des phénomènes notables de la modification de la perception du patrimoine par le tourisme est, qu'aujourd'hui, les experts parlent de « *tout-patrimoine* » entraîné par la mondialisation du tourisme (Coëffé et al., 2017, pages 32 à 54). En effet, la pratique touristique s'est démocratisée et est devenue un facteur d'intégration sociale : nous ne pouvons plus nous passer des loisirs et du tourisme.

Aujourd'hui, les attentes du touriste ne résident plus seulement dans l'exceptionnalité des sites avec des monuments que nous pouvons qualifier d'extraordinaires à travers leur architecture par exemple ; ils veulent aller à la rencontre d'autrui et dans le partage de leur propre culture d'où la naissance de l'immatériel et du besoin de reconnaissance : « *La singularité repose ici sur le fait que l'idée patrimoniale inclut désormais des espaces et entités jusqu'alors non pris en compte* » (Coëffé et

al., 2017, pages 32 à 54). Ce besoin de tout rendre patrimoine entraîne forcément des limites et des phénomènes souvent irréversibles pour les pratiques des populations locales : l'artificialité, la folklorisation, la disneylandisation des pratiques communautaires sont des notions de plus en plus présentes dans les préoccupations liées au patrimoine et à la culture. Ainsi, le « *tout-tourisme* » et le « *tout-patrimoine* » (Coëffé et al., 2017, pages 32 à 54) mettent en péril l'identité même des populations et de ce que, eux, estiment comme faisant partie intégrante de leur patrimoine.

### **3.2. Une mise en tourisme qui devient une mise en scène : la folklorisation du patrimoine**

Nous ne pouvons pas nier que le développement touristique entraîne une folklorisation du patrimoine et des pratiques des populations locales. Cette notion de folklorisation est de plus en plus prise en compte face à l'impact du tourisme sur les territoires et sur les comportements que peuvent adopter les populations locales pour répondre à la demande touristique. Aujourd'hui, folkloriser revient à « *ne conserver d'une culture autre que le pittoresque* »<sup>18</sup>. En effet, ce phénomène impacte de près les comportements des acteurs locaux qui vont faire face à « *des changements dans la perception de leur propre identité dès lors qu'ils sont confrontés aux regards extérieurs* » (Grillot, 2001, paragraphe 36). La culture locale va se déformer pour ne laisser place qu'à des pratiques qui cultivent le faux (Origet du Cluzeau, 2009, 271 pages) et qui ne sont alors plus du tout en adéquation avec les valeurs identitaires des populations, car ces derniers vont vouloir tout faire pour attirer le touriste quitte à en oublier ce qui représente leur culture et leur patrimoine. Ils vont en oublier la subjectivité de leur propre culture et de comment eux la définissent et la perçoivent (Grillot, 2001, paragraphe 8). Comme le montre Caroline Grillot et notamment son étude sur la folklorisation des traditions en lien avec la fête de Guzang en Chine qui est représentée par la population des Miao, ces derniers se retrouvent tellement sollicités par les touristes qu'ils en viennent à modifier leurs comportements et leurs pratiques :

*« Les habitants, constamment sollicités par les touristes pour des photos, ont appris à réclamer de l'argent en échange des poses. Les danses sont accomplies à contretemps en dehors même des rituels traditionnels et le commerce*

---

<sup>18</sup> Universalis. *Folkloriser* [en ligne]. Disponible sur <https://www.universalis.fr/dictionnaire/folkloriser/> (Consulté le 20/03/2022).

*artisanal s'est développé aux dépens d'autres activités économiques villageoises.* » (Grillot, 2001, paragraphe 13).

Ainsi, cette folklorisation est certes un moyen de mettre en lumière une tradition et la cohésion sociale d'une communauté, mais cela peut également créer des limites puisque la tradition prend un nouveau tournant promotionnel ne tenant compte que des aspects économiques qui deviennent la ligne directrice de ces populations locales. Ils vont alors créer des souvenirs et des artefacts pas forcément ancrés dans la réalité des pratiques locales et c'est comme cela que la marchandisation et quelque part, la muséification du patrimoine naissent.

### **3.3. Une adaptabilité de l'offre touristique qui tombe souvent dans la marchandisation du patrimoine et des pratiques qui lui sont associés**

Tourisme et Patrimoine immatériel entretiennent une relation que nous pouvons qualifier de complexe et de difficile, car oui, il valorise un patrimoine en le faisant découvrir, mais le tourisme est souvent facteur de dégradation, de mono activité avec des acteurs qui font tout pour le tourisme et pour le touriste en oubliant leur culture et leurs traditions. C'est un patrimoine fragile, car les dégâts ne se voient pas et sont irréversibles (Clergeau et al., 2014, 303 pages).

Nous observons une perte d'authenticité une fois que le tourisme se greffe aux traditions et savoir-faire d'une communauté, car il dénature leurs valeurs. En effet, il y a toujours un risque de ne pas réussir à maîtriser l'évolution du tourisme sur le territoire concerné. Face à ces enjeux, l'impact de la marchandisation du Patrimoine culturel immatériel pour le tourisme et par le tourisme est grandissant (Clergeau et al., 2014, 303 pages). Le phénomène de marchandisation qui peut être relié à celui de « *disneylandisation* »<sup>19</sup>, selon la notion de Sylvie Brunel, transforme alors les sociétés et les cultures afin de répondre à la demande des touristes : ce dernier entraîne la perte de repères culturels et les patrimoines finissent par perdre en authenticité avec une implosion des frontières entre le vrai et le faux et donc une perte totale du naturel.

---

<sup>19</sup> Géoconfluences. *Disneylandisation*, janvier 2017 [en ligne]. Disponible sur <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/disneylandisation> (Consulté le 20/03/2022).

En contrepartie, certains sont plus optimistes en proposant, par exemple, des partenariats entre tourisme et Patrimoine immatériel si, bien sûr, ces derniers sont encadrés et s'il est mis en avant la capacité de ces partenariats à raviver l'interaction entre l'Homme et la culture grâce à la conservation et les financements pour une construction durable de développement territorial (Clergeau et al., 2014, 303 pages). Ainsi, cette marchandisation doit venir renforcer l'inclusion du Patrimoine immatériel dans le tourisme sans le muséifier tout autant, car les touristes veulent de l'expérience bien sûr, mais aussi de l'apprentissage, de l'esthétique, du lien social, de l'hédonisme, mais, si la marchandisation prend le dessus, alors les touristes ne seront plus intéressés et se sentiront forcés de participer aux activités en lien avec ce Patrimoine immatériel (Clergeau et al., 2014, 303 pages).

Cette notion de marchandisation est très paradoxale, car, selon Aurélie Condevaux, maître de conférence à l'Institut de Recherche et d'Études supérieures du Tourisme à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, à la fois, l'UNESCO condamne l'utilisation marchande des ressources patrimoniales, mais d'un autre côté, lors de l'inscription, l'UNESCO énonce que le classement permet la valorisation de ces pratiques et donc la promotion de son patrimoine. Elle donne une définition de ce phénomène : « *l'industrie créative* » (Condevaux, 2016, 3<sup>e</sup> Rencontre internationale du Patrimoine culturel immatériel en Bretagne), car ces patrimoines sont considérés comme artistiques, traditionnels, mais à la fois ils sont utilisés à des fins économiques et l'objectif est donc de les concilier.

## Chapitre III - Le Patrimoine culturel immatériel se construit à travers les représentations et les pratiques des touristes

---

Tout au long des précédents chapitres, nous comprenons que le Patrimoine immatériel se construit à travers des détenteurs et des faiseurs de pratiques qui portent un regard identitaire et culturel sur leur propre patrimoine malgré un objet immatériel qui connaît de nombreux enjeux. Ces informations doivent être croisées au regard des touristes qui influencent les patrimoines. Dans ce chapitre, nous expliciterons l'imaginaire touristique, d'une part et d'autre part, les représentations et les images que ces touristes peuvent porter sur la culture en général et sur le Patrimoine culturel immatériel.

### 1. Le « touriste culturel »

#### 1.1. **La naissance de ce touriste**

La culture a connu de grandes évolutions tout au long des siècles en passant des croisades, puis, durant le XIXe siècle, à un phénomène élitiste détenue par une certaine classe sociale, notamment aristocratique, qui était une classe éduquée et connaisseuses de cette culture. Et, à partir du XXe siècle, cette culture a pris un chemin multifonctionnel qui a su se greffer à l'arrivée de l'aérien dans le tourisme, la découverte de sites considérés comme remarquables ou encore l'arrivée des médias qui ont, en partie, permis de démocratiser à la fois cette culture, mais également le tourisme (Origet du Cluzeau et al. 2009, page 63).

Nous pouvons ainsi dire que le tourisme est en soi culture, car, aujourd'hui, le fait de voyager ailleurs est motivé par différentes attentes voire envies telles que le besoin de découvrir quelque chose de différent, s'inscrivant hors du quotidien, mais également de se découvrir soi-même à travers le sport, le fait de bronzer sur une plage, de découvrir une nouvelle région ou une nouvelle destination par exemple. Par ailleurs, le besoin de confronter sa propre culture à celle de l'hôte va permettre au touriste de tirer ses propres conclusions sur comment il perçoit la

culture de l'autre, mais également sa propre culture : cela lui servira ou non (Origet du Cluzeau et al. 2009, page 63-64).

C'est à travers ces arguments que la naissance du « *touriste culturel* » (Origet du Cluzeau, 2009, page 45) a pu s'opérer, car ce dernier a su évoluer en parallèle du lien qui a pu se créer entre cette culture démocratisée et le tourisme. Aujourd'hui, une majorité des touristes sont des touristes culturels, car ils recherchent une cohérence entre la destination et les habitants qui peuvent la composer.

## 1.2. Le profil type de ce touriste

Depuis la naissance de ce touriste, ce dernier a connu de nombreuses évolutions et, aujourd'hui, un profil se dessine. Le touriste culturel prend en compte un maximum de critères avant de partir en vacances : le budget, l'accessibilité, les prix en essayant de trouver le plus opportuniste, la qualité paysagère, les activités, l'hébergement ou encore la restauration ... Mais également l'aspect culturel de la destination avec les sites à voir, les visites culturelles qui vont être un « *complément* » (Origet du Cluzeau et al. 2009, page 45) au séjour que va pouvoir organiser ce touriste. Ainsi, la culture en général est très ancrée dans ce profil de touriste, car il va tenir compte de différentes variables concernant cette dernière, telles que :

- a) L'apport culturel : qu'est-ce que la destination propose en termes de culture ? Qu'est-ce qui est intéressant dans cette offre culturelle ? ;
- b) La situation familiale : si c'est une famille, un couple ... ;
- c) L'âge : en fonction de la situation familiale, la demande culturelle ou touristique ne sera pas la même ;
- d) Les groupes : clientèle individuelle, excursionnistes, clientèle groupe ... ;
- e) La mobilité : il faut que des points d'accueil soient proposés pour faciliter l'accessibilité à la culture. Par ailleurs, certains touristes voyagent avec différents moyens de locomotion (voiture, train, backpacker ... ) ;
- f) Les besoins spécifiques : en effet, la demande culturelle va différer en fonction des attentes spécifiques qui peuvent s'opérer auprès de visiteurs en situation de handicap ou concernant une clientèle d'affaires.

De plus, il est à noter que ce touriste prévoit son budget culturel quitte à ce que cela influe sur son propre confort (Origet du Cluzeau et al. 2009, page 63). Cette culture est au centre des attentes de cette clientèle et son séjour inclut forcément des activités en lien avec cette dernière. L'auteure Évelyne Lehalle, docteur en Histoire et œuvrant pour le développement culturel des territoires, donne une définition plutôt précise du profil type du touriste culturel : c'est une « clientèle diplômée, cultivée, de CSP plus ou plus/plus, plutôt âgées, aux revenus moyens supérieurs à la moyenne. Ce sont des multi-fréquenteurs, avides de découvertes et souvent prêts à tout supporter « pour assouvir leur soif de culture » (Origet du Cluzeau et al., 2009, page 63). Cette citation nous prouve qu'aujourd'hui, la demande de ce touriste influe sur les offres culturelles et touristiques qui peuvent en être associées et surtout, que ce dernier ne peut plus se passer de la culture, car elle fait partie intégrante de ses habitudes de séjour.

### **1.3. Ses habitudes en termes de culture et de patrimoine**

Le tourisme valorise l'identité d'un territoire parce qu'il est inclusif, qu'il apporte de la visibilité et de la durabilité notamment par le lien générationnel. Par ailleurs, les experts définissent le Patrimoine culturel immatériel comme étant la continuité des savoir-faire qui sont concernés par un classement ou futur classement. Une des formes de tourisme qui met en avant ce lien intergénérationnel et qui gère/génère des ressources propres c'est le « *tourisme ethnoculturel* » (Clergeau et al., 2014, 303 pages). Le classement au Patrimoine culturel immatériel permet de créer et de maintenir un lien entre les locaux (praticiens) et les touristes (découvre, explore, recherche d'authenticité). En effet, la valorisation de la culture fait en sorte que les touristes, en plus des locaux, s'inscrivent dans un processus de mise en tourisme du patrimoine classé. Aujourd'hui, le Patrimoine culturel immatériel est la quatrième motivation des Français à partir en vacances, 35% pour le public étranger et 10% pour les excursionnistes (Clergeau, 2014, 303 pages).

Ces quelques données permettent de comprendre rapidement les attentes du touriste culturel concernant, certes, cette culture, mais surtout sa mise en relation avec le Patrimoine immatériel. Ainsi, ce touriste a besoin de rencontre, de créer du lien entre lui et le local afin de partager son propre vécu et inversement. Pour lui, cela est un retour à l'authenticité, ça crée un sentiment de sécurité dans son séjour grâce à la proximité avec les acteurs locaux et cela valorise le partage du savoir et du savoir-faire (Origet du Cluzeau et al. 2009, page 63-64).

## 2. L'imaginaire touristique

### 2.1. Ses fondements

L'imaginaire touristique est un concept que nous pouvons qualifier de multidimensionnel. Cette notion est généralement reliée au territoire voire à la géographie de ce dernier puisque ce touriste influence les aménagements du territoire et quelque part, l'exploitation territoriale par les professionnels du tourisme, mais également les acteurs territoriaux (Gravari-Barbas, 2012, paragraphe 6 à 9). Par ailleurs, nous pouvons parler de plusieurs imaginaires, car l'imaginaire touristique évolue en fonction des pratiques, des acteurs, de la production et de la consommation de ce dernier.

De plus, ces imaginaires sont souvent inculqués dès le plus jeune âge et deviennent des habitudes, pour la plupart, inconscientes qui vont permettre de partager certaines images et représentations communes ou individuelles (Gravari-Barbas, 2012, paragraphe 3 à 5). Cet imaginaire va donc faire appel aux sens, aux émotions, aux souvenirs à travers des expériences qui vont former des images chez le touriste.

### 2.3. Le patrimoine entre culture et loisirs pour les touristes

Aujourd'hui le patrimoine s'inscrit de plus en plus dans les nouvelles formes pédagogiques qui peuvent être associées à la culture et aux loisirs. Comme le montre le sociologue Rachid Amirou à travers l'imaginaire culturel, les visites en lien avec ce patrimoine vont s'axer dans « *l'émotion, le jeu, et le faire (toucher, interactivité, scénographie, narration, etc.)* » (Amirou, 2000, page 122). En effet, si nous prenons l'exemple des écomusées, les touristes vont pouvoir associer leur sens à leur visite avec des artefacts qu'ils vont pouvoir utiliser. L'auteur parle « *d'une nouvelle sensibilité patrimoniale (et donc du tourisme culturel différent)* » (Amirou, 2000, page 122). À travers ce patrimoine, les touristes vont être à la recherche de connaissances autant sur la culture de l'autre que sur la leur et vont plus l'assimiler en tant que loisirs éducatifs voire en tant qu'outils pédagogiques où la distinction entre temps de travail et temps de loisirs s'efface peu à peu (Amirou, 2000, page 124).

Ce nouveau regard porté sur le patrimoine a, cependant, des limites, car les frontières entre le temps de travail et le temps de loisir ne sont plus distinctes. Une question prédomine : « *qu'est-ce qu'un loisir (ou des vacances) édifiant ?* » (Amirou, 2000, page 123). Aujourd'hui, la transmission des savoirs s'apparente principalement à l'éducation et perd une partie de son sens quant à la transmission d'un savoir-faire et d'artéfacts qui, pourtant, font partie de la définition du patrimoine (Amirou, 2000, page 126). Pour que la transmission puisse s'établir, il faut que le touriste soit encouragé « *dans un apprentissage actif par lequel il construit un sens pour lui-même à partir de ses expériences* » (Amirou, 2000, page 126). Il faut qu'ils se reconnaissent dans ce patrimoine et dans sa transmission pour que le lien puisse s'établir. Selon Amirou, le risque est de se retrouver dans un patrimoine de plus en plus ancré en tant que « *parc de loisir* » (p. 129) qui en oublie l'essence même du patrimoine, mais également l'essence de l'identité territoriale et communautaire.

### **2.3. L'imaginaire touristique et le Patrimoine culturel immatériel**

Cet imaginaire touristique occupe une place dominante dans la représentation du Patrimoine matériel : « *cartes postales, affiches, blogs, films et vidéos, guides touristiques, brochures, magazines de voyage, mais aussi objets artisanaux et autres artéfacts* » (Gravari-Barbas, 2012, paragraphe 17), mais, également, dans le Patrimoine immatériel à travers les « *légendes, contes, récits, discours, anecdotes, mémoires* » (Gravari-Barbas, 2012, paragraphe 17). Ces images vont naître grâce à l'imagination et vont être partagées par les touristes et par les professionnels du tourisme qui vont les alimenter, les différencier ou encore les rassembler dans un même imaginaire. Selon l'auteure Maria Gravari-Barbas, ces images font partie des pratiques des touristes et du contexte de nos sociétés contemporaines qui vivent leur voyage à travers les images notamment construites par le tourisme.

La construction des images immatérielles tient compte des mémoires voire des souvenirs en lien avec la culture et la communauté qui la représente : « *les populations locales tentent de fabriquer et de commercialiser des aspects de leurs propres traditions qui peuvent être génératrices d'imaginaires touristiques, elles doivent aussi connaître et répondre aux attentes des touristes* » (Gravari-Barbas, 2012, paragraphe 17). Ainsi, les communautés locales vont pouvoir créer une dynamique entre les attentes des touristes et le besoin de reconnaissance de leur patrimoine : cela va créer des « *correspondances* » et des « *dissonances* » (Gravari-Barbas, 2012, paragraphe 17) auxquels vont pouvoir soit

s'identifier le touriste ou au contraire va créer un sentiment de gêne voire de répulsion. Cet imaginaire, en lien avec le Patrimoine immatériel, va permettre d'entretenir des lieux de culture, déjà existants, qui s'inscrivent dans les activités des touristes, mais cela va également permettre de créer de nouveaux lieux de culture qui vont pouvoir répondre aux nouvelles attentes de ces touristes (Gravari-Barbas, 2012, paragraphe 17).

### 3. Ces touristes construisent des images et des représentations autour du patrimoine

#### 3.1. Un imaginaire au service de la culture et du patrimoine

L'imaginaire s'inscrit, depuis longtemps, dans la culture et sa représentation. En effet, l'attraction touristique est le plus souvent partagée à travers des œuvres culturelles telles que des films, des livres ou encore dans l'Art en général (Gravari-Barbas, 2012, paragraphe 31).

Ces œuvres culturelles qui font partie du patrimoine d'un territoire voire d'une communauté sont évolutives et ne doivent pas être figées dans le temps pour ne pas se retrouver dans le stéréotype d'une destination qui reste sur le même modèle et qui ne permet pas au touriste de créer de nouvelles images et de nouvelles représentations. Cet imaginaire en lien avec la culture et le patrimoine doit être en constante évolution et doit être refaçonné pour s'inscrire dans l'imaginaire collectif et individuel du touriste (Gravari-Barbas, 2012, paragraphe 14 à 16). Ainsi, l'imaginaire est au service de cette culture et de ce patrimoine, car il maintient leur mémoire et le lien entre les habitants, les territoires et les touristes.

#### 3.2. Les touristes et les populations influencent les espaces et les marqueurs identitaires à travers différents imaginaires

Nous ne parlons pas que d'un seul imaginaire, mais de plusieurs imaginaires. Les imaginaires touristiques tiennent compte des différentes définitions que nous pouvons nous faire de l'activité touristique. Cette notion se réfère à l'« *imaginaire de lieux* » (Gravari-Barbas et al., 2012, paragraphe 3), mais il est nécessaire de prendre en compte toutes les autres composantes qui font référence à ces imaginaires en lien avec le tourisme tels que « *les imaginaires liés aux pratiques*

*ou aux acteurs touristiques* » (Gravari-Barbas et al., 2012, paragraphe 3). En effet, la construction de la pratique va se faire à travers l'appropriation de l'espace. Comme l'énonce Maria Gravari-Barbas, sans l'espace, les pratiques ne peuvent pas se créer : *« la plage est liée à des imaginaires prégnants et enracinés, qui tendent à mettre en exergue bien davantage les similitudes que les différences des pratiques susceptibles de s'y dérouler. »* (Barbas-para. 10) c'est-à-dire que l'imaginaire va pouvoir se créer autour de la plage et donc du sentiment de bien-être, le fait de bronzer ... et ainsi, cet imaginaire va être associé à l'identité du lieu, mais également de la pratique. Cela va permettre de comprendre comment l'espace se configure, mais surtout de comprendre comment les rituels qui peuvent y être associés vont pouvoir être assimilés ou détournés par le touriste lui-même.

De plus, les experts s'accordent pour parler d'un imaginaire d'acteur qui influe les marqueurs identitaires des communautés, mais également les représentations des pratiques qui peuvent être liées à la population locale, mais également au territoire. Chaque acteur, qu'il soit touriste ou habitant, est producteur d'imaginaire. Par exemple, l'imaginaire touristique est aussi :

*« l'imaginaire du touriste, à la fois producteur d'imaginaires et élément imaginé lui-même. D'un côté, la figure souvent caricaturée du touriste, et son opposition à celle du voyageur marque non seulement la littérature populaire, mais aussi savante (Urbain 1991 et Équipe MIT 2002). Stéréotypées, les images du touriste, de ses pratiques, de son code vestimentaire, ont produit depuis longtemps un imaginaire fort et prégnant qui infuse les approches et les analyses. »* (Gravari-Barbas et al., 2012, paragraphe 12).

À travers cet argument, nous comprenons rapidement que le touriste va s'imprégner de la culture locale, mais que surtout, il va venir influencer les prises de décisions touristiques et territoriales, mais également il va exercer une influence importante sur le comportement des communautés accueillantes. Il va ainsi s'inscrire dans les évolutions que les communautés vont vouloir donner à leur territoire et à leur identité, car ils vont venir se confronter à leurs coutumes et leurs rituels.

D'un autre côté, les populations locales vont elles aussi évoluer en fonction des imaginaires touristiques qui vont pouvoir se créer à travers le regard du touriste. Elles vont concevoir des artefacts ou des objets qui vont s'inscrire dans la production d'imaginaire (Gravari-Barbas et al., 2012, paragraphe 13). Au risque, parfois, de perdre leur propre identité :

« *Ceux-ci caractérisent et catégorisent les peuples, et par là-même préparent, anticipent ou font redouter au touriste la rencontre et la confrontation à l'Autre. L'imaginaire de Paris est lié à l'imaginaire du parisien, tout comme ceux des Inuits, des Berbères ou des Aborigènes sont associés à des espaces de référence, plus ou moins bien circonscrits par ailleurs, mais néanmoins actants.* » (Gravari-Barbas et al., 2012, paragraphe 13).

Il est nécessaire, selon l'auteure Maria Gravari-Barbas, d'effectuer une analyse de ces imaginaires touristiques afin de créer un équilibre pour ne pas tomber dans « *l'analyse stéréotypée des stéréotypes* » (Gravari-Barbas et al., 2012, paragraphe 15).

### 3.3. Le patrimoine devient une véritable thérapie

Le touriste va s'imprégner de la culture grâce à ces imaginaires, mais ces derniers ne reposent pas forcément que sur ces aspects. En effet, pour que le touriste vienne sur la destination et aille à la rencontre d'autrui, il a besoin d'un « *tourisme « thérapeutique » au sens large* » (Amirou, 2000, page 31). Ce besoin de bien-être a d'abord pris racine dans les stations thermales, les plages ou encore la montagne par exemple, avant que cela ne devienne amplement des espaces dédiés à la notion d'hédonisme qui a pour principe la recherche du plaisir sans souffrance<sup>20</sup>. Pour le touriste culturel, « *le voyage, le loisir et les vacances « guérissent » le corps et l'esprit, mais également raffermissent le lien social, à une culture « thérapeutique »* » (Amirou, 2000, page 31). Ainsi, le patrimoine peut être qualifié de thérapeutique, car il va « *panser les plaies* » (Amirou, 2000, page 31) afin de créer du lien et un échange entre le touriste et la population locale. Ce dernier permet de réconcilier certaines tensions qui s'opèrent entre les différents acteurs sociaux d'un territoire, mais également touristiques, car il participe à la « *paix sociale* » (Amirou, 2000, page 31) :

« *Nous avons surtout cru utile (...) de renforcer la réflexion sur le pourquoi de la conservation du patrimoine, en situant les politiques du patrimoine, de manière plus clairement affirmée, dans les politiques plus globales de lutte contre l'exclusion sociale et contre l'intolérance sous toutes ses formes* » (Amirou, 2000, page 31).

---

<sup>20</sup> Universalis. *Hédonisme* [en ligne]. Disponible sur <https://www.universalis.fr/encyclopedie/hedonisme/> (Consulté le 23/03/2022).

## Conclusion de la partie II

---

Les hypothèses mises en avant et les arguments apportés nous ont permis de comprendre les objectifs, mais également les enjeux liés au Patrimoine immatériel. Ainsi, la prise de conscience et la reconnaissance des pratiques des communautés sont essentielles pour le maintien de ce dernier. Si ce n'est pas le cas, le risque est de mettre en péril ces pratiques, car elles vont être figées dans le temps et dans l'espace favorisant ainsi la mise en scène des savoir-faire avec de faux artéfacts et une inauthenticité de plus en plus ancrée. Il est donc nécessaire de maintenir le lien générationnel et que les communautés reconnaissent leur patrimoine comme faisant partie intégrante de leur identité culturelle.

Par ailleurs, la difficulté réside également dans le manque de reconnaissance du Patrimoine culturel immatériel qui est encore trop peu représenté auprès des institutions, mais également auprès des communautés et des touristes. De nombreux experts de ce patrimoine sont en désaccord quant à la terminologie même de ce patrimoine : ce qui crée des freins à sa racine. Aujourd'hui, l'objectif du ministère de la Culture et de l'UNESCO est de pérenniser ce patrimoine, car il s'inscrit dans les dynamiques des populations locales, mais également dans celle du tourisme, car ce Patrimoine immatériel est faiseur de culture s'insérant dans le matériel et dans le quotidien de nombreuses communautés et touristes.

En effet, le regard porté par les touristes s'inscrit dans les dynamiques de ce patrimoine, car leurs attentes sont de plus en plus prises en compte dans la recherche d'authenticité et de rapport à l'autre et à soi. L'imaginaire qu'ils peuvent porter sur le Patrimoine culturel immatériel permet à ce dernier de se réinventer, d'être en constante évolution avec les attentes touristiques, mais également d'être mis en commun avec de nombreux domaines qui le valorisent : le développement durable, le tourisme ou le marketing territorial.

---

PARTIE III : LE SAVOIR-FAIRE DE LA VERRERIE FRANÇAISE  
EN LORRAINE

## Introduction de la partie III

---

Nous avons pu définir et expliciter, tout au long de nos deux parties précédentes, la culture et le Patrimoine culturel immatériel au regard des communautés qui sont détentrices de leur pratique et de leur identité culturelle, mais également au regard des touristes qui influencent ces pratiques et qui les font évoluer, ou les faussent selon la valorisation et la sensibilisation à ce patrimoine.

Dans cette dernière partie, nous allons confronter nos hypothèses à un territoire en particulier, la Lorraine, et à un savoir-faire, celui de la verrerie. Ce terrain est fort de son histoire du verre et recèle d'artisans verriers qui s'inscrivent dans la conception et donc dans la sensibilisation à leur pratique.

Dans un premier temps, nous allons définir le terrain sur lequel nous allons opérer à travers sa géographie, son histoire, son tourisme, mais également son lien avec l'histoire de la verrerie et donc avec la culture et le patrimoine immatériel. Cela va nous permettre de comprendre les interactions du territoire en tenant compte de son environnement, de son économie, mais également de son aspect social.

Dans un deuxième temps, nous confronterons voire tenterons de vérifier nos hypothèses à travers une méthodologie de recherche que nous pourrions appliquer sur le territoire de la Lorraine.

Dans un dernier chapitre, grâce à cette méthodologie et l'entretien exploratoire mené, nous donnerons quelques résultats qui pourraient se mettre en place sur ce terrain afin de répondre à nos hypothèses.

## Chapitre I – À la découverte du territoire de la Lorraine et du savoir-faire de la verrerie

---

Nous avons décidé de nous pencher sur le territoire de la Lorraine, car ce dernier se traduit par une identité forte et une histoire verrière qui lui a valu le monopole de ce savoir-faire. La matière et sa bonne maîtrise s’inscrivent à travers des générations d’artisans verriers qui ont su parfaire leurs techniques afin de d’inclure ce savoir-faire comme un art en accord avec les valeurs du Patrimoine culturel immatériel. À travers ce premier chapitre, nous allons présenter le territoire grâce aux données recueillies, mais également prouver l’importance du savoir-faire de la verrerie sur le territoire et comment il se traduit.

### 1. Présentation de la Lorraine

#### 1.1. **Le territoire de la Lorraine**

##### *1.1.1 La région Grand Est*

Le territoire de la Lorraine s’inscrit, aujourd’hui, dans la région Grand Est en plus de six autres départements : les Ardennes, l’Aube, la Collectivité européenne d’Alsace, la Haute-Marne et la Marne.

Figure 4 : Région Grand Est et son zoom sur l'ancienne région de la Lorraine<sup>21</sup>



Par ailleurs, la région du Grand Est est limitrophe de quatre pays : l'Allemagne, la Belgique, le Luxembourg, mais également la Suisse. C'est une région cosmopolite qui rassemble le plus grand nombre de communes. Elle se caractérise par 5 121 communes (au 1er janvier 2019) dont 91 % comptent au moins 2 000 habitants et rassemblent 5 aires urbaines de plus de 250 000 habitants : Metz, Mulhouse, Nancy, Reims et Strasbourg<sup>22</sup>. De plus, avec près de 80% de son territoire dédié à l'agriculture et à la forêt, la région a une place prépondérante dans la production agricole, agroalimentaire et est une des premières régions qui emploie dans ces domaines. C'est également une région riche en espaces naturels grâce à ses 6 Parcs Naturels Régionaux couvrant 15 % du territoire et ses 27 Réserves naturelles régionales. Ainsi, elle s'inscrit dans les dynamiques territoriales et propose un grand nombre de projets en lien avec le développement durable à travers des lieux qui sont préservés et dont les populations sont sensibilisées.

D'autre part, la richesse culturelle et patrimoniale de cette région repose également dans les métiers d'Art qui représente plus de :

*« 281 métiers d'art et spécialités recensés au plan national par l'arrêté de décembre 2015 des 26 ministres de l'Artisanat et de la culture fixant la nouvelle liste des métiers d'art, regroupés en 198 métiers, 83 spécialités et répartie dans les domaines suivants : architecture et jardins, ameublement et décoration, luminaire, bijouterie,*

<sup>21</sup> Toute l'Europe, 2021.

<sup>22</sup> Région Grand Est. Présentation du territoire [en ligne]. Disponible sur <https://www.grandest.fr/presentation/> (Consulté le 31/03/2022).

*joaillerie, orfèvrerie, horlogerie, métal, céramique, verre et cristal, tableterie, mode et accessoires, textile, cuir, spectacle, papier, graphisme et impression, jeux, jouets et ouvrages mécaniques, facture instrumentale, restauration.* » (Ceser Grand Est, 2019, page 25 et 26).

Ainsi, la culture, mais surtout les savoir-faire artisanaux sont ancrés dans l'identité même de cette région avec des « *entreprises du patrimoine vivant* » (Ceser Grand Est, 2019, page 27) mises en place notamment par la Loi sur les PME du 2 août 2005, article 23 : « *être attribué à toute entreprise qui détient un patrimoine économique, composé en particulier d'un savoir-faire rare, renommé ou ancestral, reposant sur la maîtrise de techniques traditionnelles ou de haute technicité et circonscrit à un territoire* » (Ceser Grand Est, 2019, page 41). Cette reconnaissance de la pratique permet à un large éventail de détenteurs et de praticiens de valoriser leur patrimoine immatériel, mais également d'identifier leur savoir-faire sur la région.

### 1.1.2. La Lorraine

Faisant partie du territoire du Grand Est qui est à la fusion des anciennes régions de l'Alsace, de la Champagne-Ardenne et de la Lorraine. Le territoire de la Lorraine se divise en quatre départements :

- La Meurthe-et-Moselle (54) ;
- La Meuse (55) ;
- La Moselle (57) ;
- Les Vosges (88).

**Tableau 1 : Chiffres clés en Lorraine<sup>23</sup>**

Superficie	23 547 km <sup>2</sup>
Nombre d'habitants	2,357 millions

---

<sup>23</sup> Grande Région. *Lorraine : chiffres clés* [en ligne]. Disponible sur <https://www.granderegion.net/En-bref/Territoire/Lorraine> (Consulté le 31/03/2022).

Indicateurs socio-économiques	PIB : 56 780 € / PIB par habitant : 24 189 € Taux de chômage : 10,5 % Travailleurs frontaliers : 100 000 Emplois salariés / non-salariés 829 934 : Moins de 20 ans 23,7 % 20-64 ans 58,6 % 65 ans et plus 17,8 %
-------------------------------	--

Le territoire de la Lorraine se caractérise par plusieurs villes à taille humaine qui ont, pour une majorité, contribué à l'industrie textile ou encore minière. Ces dernières ont connu de grandes crises telles que celles du textile, des mines de fer, du charbon et de la sidérurgie qui ont provoqué de véritables difficultés : près de 200 000 emplois ont disparu entre les années 1960 et 2000. Face à ces crises, la Lorraine a dû se réinventer et, depuis les années 1980, s'engager dans une « *diversification des activités industrielles (automobile, plasturgie, logistique, matériaux composites, chimie verte, fibres, santé, etc.) grâce à la qualité des équipements industriels, universitaires et de recherche et le développement d'infrastructures.* »<sup>24</sup>. Ces aménagements ont permis au territoire de se diversifier et de mettre en avant ses atouts patrimoniaux, culturels et naturels grâce à l'amélioration des activités précédemment citées, mais également grâce à l'industrie de l'agroalimentaire, du bois et de l'ameublement, du cristal et du verre ou encore l'économie touristique<sup>25</sup>. Par ailleurs, le développement du secteur tertiaire (commerces et services) est très présent grâce à une économie sociale et solidaire relativement importante<sup>26</sup>.

Si nous devons lier ces aménagements et ce développement à l'industrie touristique, nous observons que la Lorraine est de plus en plus présente dans la représentation de ses savoir-faire en encourageant notamment les métiers d'Art ce qui a pour objectif de favoriser le travail artisanal et donc les pratiques d'une communauté qui partage son savoir et son savoir-faire<sup>27</sup>.

<sup>24</sup> Grande Région. *Lorraine : chiffres clés* [en ligne]. Disponible sur <https://www.granderegion.net/En-bref/Territoire/Lorraine> (Consulté le 31/03/2022).

<sup>25</sup> Grande Région. *Lorraine : chiffres clés* [en ligne]. Disponible sur <https://www.granderegion.net/En-bref/Territoire/Lorraine> (Consulté le 31/03/2022).

<sup>26</sup> Grande Région. *Lorraine : chiffres clés* [en ligne]. Disponible sur <https://www.granderegion.net/En-bref/Territoire/Lorraine> (Consulté le 31/03/2022).

<sup>27</sup> Département Meurthe-et-Moselle. *Territoire terres de Lorraine* [en ligne]. Disponible sur <http://meurthe-et-moselle.fr/territoire/les-6-territoires/territoire-terres-de-lorraine> (Consulté le 30/03/2022).

## 1.2. Un patrimoine représentatif d'une communauté

Comme dit précédemment, la Lorraine est territoire qui se définit par de nombreux savoir-faire et des artisans qui sont très ancrés dans le développement territorial, voire touristique, du territoire. Ces artisans s'inscrivent dans des savoir-faire différents, mais se rassemblent au sein d'une même communauté, car leurs pratiques se construisent dans le même processus d'évolution et ces derniers les représentent de la même manière. En effet, le textile, l'ameublement, le verre, la faïence ... font partie d'une diversité d'activités qui représentent un poids économique d'un côté et d'un autre côté, « *un poids symbolique d'autant plus important en termes de notoriété territoriale notamment par son impact touristique* » (Ceser Grand Est, 2019, page 24). Ces savoir-faire se caractérisent par les métiers d'Art qui sont représentatifs d'un patrimoine immatériel. Par exemple, à l'échelle de la région Grand Est, cette dernière représente 281 métiers d'Art ce qui prouve que la Lorraine est particulièrement sensible au travail manuel surtout artisanal, car elle regroupe de grands noms notamment dans l'artisanat du verre. C'est une terre de tradition de savoir-faire et d'excellence qui bénéficie d'une renommée internationale par ses créations qui lui vaut l'opportunité d'exporter dans le monde entier<sup>28</sup>.

## 1.3. Le Patrimoine immatériel en Lorraine

La Lorraine est un territoire de traditions, d'artisanats et de savoir-faire qui se transmettent de génération en génération. Ce territoire a un lien particulier avec l'artisanat, car il a, à son actif, déjà deux savoir-faire classés au Patrimoine culturel immatériel français : le Point de Lunéville et de la Broderie perlée et pailletée (Fiche d'inventaire, 2018, page 1) et les gestes des métiers d'Art verriers (Fiche d'inventaire, 2019, page 1).

Ces deux savoir-faire sont transmis en partie par l'oral et par l'observation, de maître à successeur, mais passe aujourd'hui par un apprentissage formel en école notamment avec un Certificat d'Aptitude professionnelle en deux ou trois ans au sein de l'École des Broderies d'art à Lunéville (Fiche d'inventaire, 2018, page 2) et au Centre européen de Recherches et de Formation aux arts verriers (CERFAV) à Vannes-le-Châtel, tous deux en Meurthe-et-Moselle.

---

<sup>28</sup> Lorraine vous révèle. *Luxe et savoir-faire* [en ligne]. Disponible sur <https://www.tourisme-lorraine.fr/luxe-savoir-faire> (Consulté le 28/03/2022).

Ces derniers font appel à la créativité de leur détenteur : ils vont pouvoir créer en fonction de leur maîtrise technique et de leurs envies, tout en ayant un geste parfait dans la conception de ce savoir-faire. Tout comme le point de Lunéville, le savoir-faire de la verrerie demande une grande dextérité et une maîtrise de son outil et de la matière. Par ailleurs, ces savoir-faire laissent une grande liberté aux détenteurs qui peuvent les pratiquer soit dans le cadre de leur métier, mais également dans une fonction de loisir artistique et créatif (Annexe B).

Ces savoir-faire s'inscrivent dans l'artisanat traditionnel et sont surtout représentatifs d'une communauté qui détient une pratique qui est unique. Le territoire de la Lorraine s'inscrit dans les dynamiques du Patrimoine immatériel, car c'est un territoire qui se forme autour de ces pratiques qu'il souhaite valoriser et qui sont détenues par des communautés qui les identifient comme faisant partie de leur propre identité.

## 2. La place du tourisme sur le territoire

### 2.1. Quelques chiffres clés

À l'échelle régionale, le tourisme s'étend sur les dix départements : Ardennes, Aube, Bas-Rhin, Haute-Marne, Haut-Rhin, Marne, Meurthe-et-Moselle, Meuse, Moselle, Vosges et rassemble un grand nombre d'attraits touristiques qui en font une des régions les plus reconnues touristiquement (Observatoire du tourisme Grand Est, 2021, page 2).

#### Figure 5 : Attractions naturelles, culturelles et patrimoniales sur la Région Grand Est<sup>29</sup>

Plus de **3 200 kms** de grandes randonnées ©  
**2 220 kms** de véloroutes et voies vertes, 660 kms d'EuroVelo 5, 6, 15 et 19  
**2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup>** vignobles les plus visités en France  
**836 kms** de Route des vins, 915 prestations ou acteurs labellisés, 7 AOC et 1 IGP viticoles  
**6** Parcs Naturels Régionaux et 1 Parc Naturel National  
**1** Réserve Mondiale de Biosphère  
**25** Réserves Naturelles Régionales et 21 Réserves Naturelles Nationales  
**49** restaurants étoilés  
**45** golfs  
**8** stations thermales

Sources : INSEE, Etude sur l'oénotourisme en France Atout France, Guide Michelin, Touslesgolfs.com

---

<sup>29</sup> Observatoire du tourisme, 2021.

Cette destination Grand Est propose un grand nombre d'offres qui sont en accord avec les attentes des touristes en passant par :

- l'outdoor et l'itinérance de pleine nature ;
- les lieux de mémoire et de patrimoine ;
- l'œnotourisme et la gastronomie avec, par exemple, le vin d'Alsace ou le Champagne ;
- le thermalisme et le bien-être.

Par ailleurs, ces « *filières signatures* », que nous pouvons qualifier de thématiques touristiques (Observatoire du tourisme Grand Est, 2021, page 4), permettent de préciser l'offre régionale afin de répondre correctement à la demande et préciser son identité de marque sur le territoire.

Ainsi, la Lorraine, qui fait partie de cette région, se situe sur un territoire garantissant une offre en accord avec la demande touristique. Malgré le contexte sanitaire, le tourisme a permis de créer 35 000 emplois représentant 36% du territoire en 2020 (Observatoire du tourisme Grand Est, 2021, page 9). De plus, cela a permis à la Lorraine d'être la deuxième destination touristique en termes de dépenses de la part des touristes (1,3 milliard d'euros), en termes de nuitées (13,1 millions de nuitées) et en termes de visiteurs (6,3 millions de touristes) en 2020, derrière l'Alsace (Observatoire du tourisme Grand Est, 2021, page 16, 17 et 18).

**Figure 6 : Comparatifs poids touristiques concernant les dépenses et les nuitées sur le territoire de la Lorraine<sup>30</sup>**



<sup>30</sup> Observatoire du tourisme, 2021.

## Rappel Grand Est

**Nombre total de NUITEES**  
Base 2019 : 66,8 millions  
Estimation 2020 : 39,4 millions (-41%)



	Grand Est	ALS	LOR	CHA	ARD	VOS
Nuitées TOTALES 2019 (modélisation)	66,8M	26,3M	21,3M	15,6M	3,5M	12,8M
Nuitées TOTALES 2020 (modélisation & estimations)	39,4M	13,9M	13,1M	10,0M	2,3M	8,0M
Pertes 2020 (nuitées TOTALES)	-27,4M	-12,4M	-8,2M	-5,6M	-1,1M	-4,8M
évolution en %	-41%	-47%	-38%	-36%	-33%	-37%

Comme peuvent le montrer ces graphiques, la Lorraine est très présente dans l'industrie touristique. Malgré la crise sanitaire qui a fortement impacté les activités en lien avec le tourisme, elle garde sa deuxième place et subit moins de dommage que sa voisine alsacienne, qu'elle suit de près en termes de recettes. Ainsi, à travers ces graphiques et les arguments apportés précédemment, la Lorraine s'insère au cœur du développement touristique du territoire et les acteurs qui interagissent sur ce territoire veulent s'inscrire dans ces dynamiques de développement territorial, économique et touristique.

## 2.2. La raison de la venue des touristes en Lorraine

La Lorraine est un territoire qui regroupe un grand nombre d'attraits touristiques qui intéressent les touristes et leurs attentes. En effet, la Lorraine est reconnue pour son histoire et sa culture qui se manifestent aujourd'hui par une multitude de musées et de sites, voire monuments, qui traduisent cette richesse. Par exemple, pour citer certains lieux connus, nous trouvons le Centre Pompidou à Metz en Moselle où nous pouvons découvrir de nombreuses expositions ou encore le Musée des Beaux-Arts ou le palais des Ducs de Lorraine à Nancy sur les rives de la Meurthe<sup>31</sup>. Par ailleurs, ce territoire est reconnu pour une offre autour du tourisme industriel à travers d'anciens sites miniers (houillères de Lorraine), et le tourisme de mémoire avec Verdun ou le site de la bataille de Verdun, en Meuse, qui est le souvenir de la Première Guerre mondiale et

<sup>31</sup> Lorraine vous révéler. *Visites* [en ligne]. Disponible sur <https://www.tourisme-lorraine.fr/a-voir-a-faire/visites/> (Consulté le 28/03/2022).

des combats qui ont pu s’y dérouler. Aujourd’hui, il est possible de le visiter à travers des musées et des mémoriaux tels que l’Ossuaire de Douaumont ou le cimetière américain de Meuse-Argonne<sup>32</sup>.

De plus, la Lorraine regorge de sites naturels tels que des jardins et des plans d’eau qui lui offrent une qualité paysagère et naturelle des plus remarquables. Le lac de Gérardmer, dans les Vosges, en est un exemple : de nombreux touristes viennent découvrir « *la perle des Vosges* »<sup>33</sup> qui est le plus grand lac de ce département touristique. Par ailleurs, le Parc Naturel Régional de Lorraine, créé en 1974 par décret ministériel<sup>34</sup>, qui s’étend sur près de « *210 000 hectares, et compte 182 communes pour 78 000 habitants* »<sup>35</sup> offre une diversité de possibilités pour profiter de l’environnement, du paysage, de la faune et de la flore que peut recéler la Lorraine. Par ailleurs, le Parc Naturel Régional de Lorraine a adhéré à l’évènement Destination Parc qui s’intègre aux dynamiques territoriales et de développement durable des Parcs Naturels Régionaux. Cet évènement va leur permettre de faire découvrir les valeurs du Parc, mais également leur permettre de tisser un lien entre les acteurs locaux et les touristes grâce à des logements durables et une immersion dans le quotidien des habitants du Parc.<sup>36</sup>

D’un autre côté, la Lorraine, c’est aussi des villes et des villages labellisés, elle compte :

- 2 villes classées Pays d’Art et d’Histoire : Metz en Moselle et Bar-le-Duc en Meuse ;
- 2 Plus Beaux Villages de France que sont Rodemack et Saint-Quirin en Moselle ;
- 5 Plus Beaux Détours de France avec Bar-le-Duc et Commercy en Meuse, Saint-Louis-Lès-Bitche en Moselle, Plombières-les-Bains dans les Vosges et Toul en Meurthe-et-Moselle.

Par ailleurs, ce territoire dénombre d’autres labels tels que Clef Verte ou encore Villes Fleuries  
...

---

<sup>32</sup> Où Sortir En. *20 lieux à découvrir en Lorraine* [en ligne]. Disponible sur <http://www.ousortiren.com/blog/1741-20-lieux-incontournables-a-decouvrir-en-lorraine> (Consulté le 28/03/2022).

<sup>33</sup> Lorraine vous révéler. *Les plus beaux lacs de Lorraine* [en ligne]. Disponible sur <https://www.tourisme-lorraine.fr/inspiration/les-plus-beaux-lacs-de-lorraine/> (Consulté le 28/03/2022).

<sup>34</sup> PNR Lorraine. *Le parc naturel régional de Lorraine* [en ligne]. Disponible sur <https://www.pnr-lorraine.com/comprendre/le-parc/le-parc-naturel-regional-de-lorraine/> (Consulté le 31/03/2022).

<sup>35</sup> PNR Lorraine. *Le parc naturel régional de Lorraine* [en ligne]. Disponible sur <https://www.pnr-lorraine.com/comprendre/le-parc/le-parc-naturel-regional-de-lorraine/> (Consulté le 31/03/2022).

<sup>36</sup> Destination Parc. *En savoir plus* [en ligne]. Disponible sur <https://www.destination-parcs.fr/a-propos> (Consulté le 31/03/2022).

<sup>37</sup> Régions de France. *Carte des villes et villages classés en Lorraine* [en ligne]. Disponible sur <http://regionfrance.com/villes-villages-classes-lorraine> (Consulté le 30/03/2022).

La Lorraine propose une variété d'offres qui peuvent s'adapter à un large public en fonction des attentes. C'est un territoire vaste qui s'inscrit dans une dynamique territoriale, touristique et durable en accord avec la demande touristique de plus en plus encline à la découverte de l'autre et de sa culture.

### **2.3. Un savoir-faire de la verrerie réellement représenté ?**

Le territoire, en plus des nombreuses offres touristiques, regroupe un grand nombre de métiers d'Art : du verre au cristal en passant par la broderie, c'est un haut lieu de l'artisanat avec de nombreux ateliers et boutiques d'artisans qui font partie de leur identité culturelle et de l'identité même de la Lorraine et de son offre patrimoniale.

Mais, il est à noter que le savoir-faire de la verrerie fait partie des plus représentatifs de la culture lorraine et de son patrimoine. En effet, grâce au tourisme, le verre se définit par la Route du Verre et du Cristal. Cette route s'étend sur plus de 225 kilomètres et permet de partir à la découverte des grands noms de la verrerie française qui connaissent, par ailleurs, une renommée internationale comme les faïenceries de Lunéville et de Saint-Clément ou encore le cristal de Portieux<sup>38</sup> ...

---

<sup>38</sup> Ble Archives. *Grandeur et décadence des faïenceries et cristalleries en Lorraine*, 2012 [en ligne]. Disponible sur <http://blogerslorrainsengages.unblog.fr/2012/09/18/grandeur-et-decadence-des-faïenceries-et-cristalleries-de-lorraine/> (Consulté le 30/03/2022).

Figure 7 : Parcours de la Route du Verre et du Cristal<sup>39</sup>



Cette route permet aux touristes de découvrir deux départements qui sont le renom d'un savoir-faire hérité de génération en génération : la Meurthe-et-Moselle (54) et la Moselle (57). Ainsi, les touristes partent sur les routes pour découvrir ce savoir-faire en famille, en couple ou encore en solo afin de suivre l'évolution du verre et l'histoire que ce dernier peut avoir, mais également de se familiariser avec les artefacts et les outils de ce savoir-faire. Par ailleurs, en plus du verre, les touristes peuvent découvrir des petits villages pour certains classés comme celui de Bitche en Moselle qui fait partie des villages labellisés Plus Beaux Détours de France. Le fait de proposer cette route permet de créer une expérience unique et de faire reconnaître auprès d'un large public un savoir-faire qui se transmet et qui s'inscrit pleinement dans l'identité des Lorrains<sup>40</sup>.

<sup>39</sup> Globetrotters retraités, 2020.

<sup>40</sup> Le Lorrain. *Sur la Route du Verre et du Cristal en Lorraine*, 2020 [en ligne]. Disponible sur <https://www.blelorraine.fr/2020/07/sur-la-route-du-verre-et-du-cristal-en-lorraine/> (Consulté le 30/03/2022).

### 3. Le savoir-faire de la verrerie française au cœur du lien générationnel des Lorrains

#### 3.1. Des espaces représentatifs de ce savoir-faire et qui s'inscrivent dans l'Histoire

Selon les experts, l'origine du verre date de 1500 av. J.-C.. En effet, ce verre était principalement utilisé pour la création d'objets utilitaires en lien avec l'Art de la table et la décoration d'intérieur (Fiche d'inventaire, 2019, page 1). Cependant, le verre que nous connaissons aujourd'hui et que nous utilisons quotidiennement, lui, ne serait apparu qu'à partir du Ve siècle av. J.-C.. Par ailleurs, la technique du soufflage de verre est introduite par les Égyptiens et les Phéniciens, peuple antique qui vivait près de la côte syro-palestinienne<sup>41</sup>, au Ier siècle avant J.-C. (Fiche d'inventaire, 2019, page 18). Cette nouvelle technique de soufflage permet, à la fois, de manier le verre plus facilement en lui donnant des formes différentes en fonction des besoins, mais surtout, cela favorise l'émergence du savoir-faire verrier : « *Il atteint Rome, puis Byzance et enfin Venise. Le savoir-faire voyage, la technique évolue, se perfectionne et fait l'objet de nouvelles découvertes. La chimie des couleurs, par exemple, se développe à proximité des grandes métropoles comme Rome et Alexandrie.* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 18). Au XIIIe siècle, les artisans verriers français s'illustrent dans la création de vitraux, mais Venise garde le monopole de cette industrie qui commence tout juste à émerger partout en Europe. Il faut attendre le XVe siècle pour que de grands noms de la verrerie s'installent en France, en Angleterre ou encore en Europe centrale. C'est principalement en France que le verre va pouvoir se faire une place, car son développement se crée au sein des régions qui regorgent d'un maximum de ressources pour faire de ce savoir-faire son cœur d'ouvrage : le bois (seul combustible), le sable et la potasse extraite de la cendre de fougère (Fiche d'inventaire, 2019, page 18). Ainsi, le territoire de Bitche en Lorraine devient une terre de tradition à travers ce savoir-faire et l'un des premiers à s'accorder à l'industrie verrière.

---

<sup>41</sup> Larousse. Phéniciens [en ligne]. Disponible sur <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/Ph%C3%A9niciens/137929> (Consulté le 01/04/2022).

La Lorraine s'illustre dans ce savoir-faire, car c'est un territoire d'accueil des plus grands noms de la verrerie française tels que la manufacture de Baccarat, la maison Lalique qui excelle dans l'Art Nouveau à travers le verre ou encore l'ancienne verrerie royale de Saint-Louis<sup>42</sup>. Cette renommée est apparue à l'initiative du roi Louis XV, arrière-petit-fils du roi Louis XIV, qui a attribué de nombreux privilèges aux entreprises du verre et à leurs artisans. Grâce à ces arrêts royaux, la Lorraine est alors rattachée à la France et dès les années 1760, ces terres sont exploitées notamment pour sa grande richesse en bois et l'évêque de Metz, par autorisation du roi Louis XV, décide d'installer une verrerie dans le village de Baccarat et de Saint-Louis-Lès-Bitche. Les nouveaux artisans verriers découvrent rapidement la formule du cristal en plomb et très rapidement, le savoir-faire du verre en Lorraine s'accroît (Fiche d'inventaire, 2019, page 19).

Quelques siècles plus tard, au XIXe siècle, les traditions héritées depuis des siècles sont bouleversées. Le charbon remplace rapidement le bois, qui coûte moins cher et qui fait un parfait combustible pour la création et les petits ateliers deviennent de grandes manufactures. Le verre se démocratise et devient une matière dont l'usage devient de plus en plus courant : ce qui mène rapidement à son intensification et son industrialisation (Fiche d'inventaire, 2019, page 19). Les usages traditionnels sont rapidement remplacés, bouleversant le travail des artisans verriers :

*« Le four à bassin, par exemple, permet une économie de combustible, mais fonctionne en continu et nécessite une rotation des équipes toutes les 8 à 12 heures. Les moules métalliques, quant à eux, simplifient le travail du souffleur en même temps qu'ils affaiblissent ses prérogatives. Le privilège de gentilhomme verrier était en partie lié aux secrets de fabrication que seules détenaient les familles de verriers. Avec la mécanisation des procédés, les artisans perdent l'apanage du secret et la qualité de gentilhomme verrier disparaît. »* (Fiche d'inventaire, 2019, page 19) (cf. Lexique du savoir-faire de la verrerie).

Cette industrialisation et cette dynamique entraînent de nombreuses difficultés, car la cadence de travail s'intensifie et les verriers ne reconnaissent plus leur travail : *« Héritiers d'un savoir-faire artisanal ils sont de plus en plus perçus comme une main d'œuvre ouvrière »* (Fiche d'inventaire, 2019, page 19). Par ailleurs, ce changement s'opère également dans les sciences avec un verre qui devient objet scientifique avec notamment l'arrivée du gaz.

---

<sup>42</sup> Culturez-vous. *L'histoire du verre et du cristal en Lorraine*, 2020 [en ligne]. Disponible sur <https://culturezvous.com/histoire-verre-cristal-lorraine/> (Consulté le 30/03/2022).

Cependant, durant le XXe siècle, le verre va être mis à l'honneur à travers l'Art Nouveau et l'Art Déco qui voit en cette matière un moyen d'exprimer l'Art. Des créateurs tels que René Lalique, aujourd'hui grand nom de la cristallerie française, dont la maison mère se trouve en Lorraine, a pu se démarquer en proposant des œuvres en verre d'une grande qualité. Par ailleurs, le verre a pu être associé aux parfums et à la haute couture. Ainsi, le verre est devenu un objet de luxe à la française. Mais, rapidement, l'automatisation de la fabrication de cette matière, dans les années 1960, amène certains ateliers à fermer leur porte n'ayant pas la capacité de s'adapter à cette nouvelle mécanisation : la Lorraine est particulièrement touchée.

Aujourd'hui, le savoir-faire de la verrerie est revalorisé auprès des artisans, mais également auprès du public. De nombreuses entreprises se construisent autour de l'identité et du savoir-faire du verre afin de maintenir les techniques traditionnelles qui en sont associées : « *Des structures économiques très diverses construisent leur identité autour du maintien et du respect des gestes verriers, qu'il s'agisse des grandes cristalleries de l'est de la France ou de structures plus familiales, dédiées à l'accueil du public et dont la vocation est davantage orientée vers la pédagogie.* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 20). Des ateliers s'implantent partout en France, mais principalement dans les régions qui sont à l'origine du savoir-faire verrier comme la Lorraine et dont, leur objectif est « *la recherche esthétique et technique et s'ouvrent à des collaborations avec des designers et des plasticiens* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 20). Par ailleurs, l'accès à la formation aux arts verriers a pleinement profité à l'évolution et à la transmission des gestes et des techniques du verre tels que le Centre européen de Recherches et de Formation aux arts verriers à Vannes-le-Châtel en Meurthe-et-Moselle.

### **3.2. Un échange qui s'opère de génération en génération : de praticiens à successeurs**

Comme le soulève l'auteure Marie-Ange Grandjean, il est nécessaire de se poser les bonnes questions concernant la transmission du savoir-faire verrier en Lorraine : « *Quelle est la spécificité des savoir-faire verriers de Lorraine ? Comment se transmettent-ils ? Sont-ils partiellement en voie de disparition ?* » (Grandjean, 1988, paragraphe 4). En effet, le savoir-faire du verre représente une large communauté qui se passe des savoirs, des savoir-faire, mais également un certain savoir-être qu'il est difficile à détecter, car les techniques et la maîtrise du geste sont très peu révélées en dehors du maître qui partage son savoir-faire avec son successeur. « *C'est donc au détour de conversations à « bâtons rompus », portant surtout sur le passé de l'interviewé, que peut apparaître sa propre*

*conception du savoir-faire, même si lui-même n'emploie pas ce terme.* » (Grandjean, 1988, paragraphe 17). En effet, chacun des entretenus qu'a pu interroger l'auteure explique que ce savoir-faire s'hérite par l'observation principalement des gestes du maître qui choisit d'enseigner au successeur : « *il faut regarder comment les anciens ont fait. On apprend vraiment quand on est au pied du mur. Si on compte sur les autres, on n'apprend pas. En fait, pour bien travailler, il faut trouver ses propres trucs, mais le principe est le même pour tous* » (Grandjean, 1988, paragraphe 17). En effet, l'apprentissage du geste se fait durant les deux ans de formation formelle (Annexe B), mais c'est par la pratique et l'ancienneté que la maîtrise de la matière peut se faire : cela demande du temps et de la patience. Ce savoir-faire verrier fait appel à la créativité de son artisan qui va donner une forme souhaitée à sa création : c'est une connexion qui se crée entre l'outil et le verrier (Grandjean, 1988, paragraphe 19). Ainsi, chacun des artisans verriers en Lorraine à sa propre définition de la transmission même si une majorité reconnaissent que l'apprentissage passe par la transmission de maître à successeur. Cette définition de l'Art verrier est différente pour chacun, car l'apprentissage n'est pas le même pour tous et l'appel de la créativité est différent, car cette dernière se manifeste en fonction de ce que désire l'artisan verrier. Cependant, le sentiment d'appartenance reste le même pour tous : ils font partie d'une seule et même communauté (Grandjean, 1988, paragraphe 5). Néanmoins, cette transmission a quelques règles qui peuvent parfois lui apporter des limites telles que la hiérarchie qui s'établit au sein de l'apprentissage. En effet, les moins qualifiés ne sont pas en contact direct avec la matière ce qui ne facilite pas la transmission de la matière. Par ailleurs, chacun a un rôle à jouer bien spécifique en fonction de s'il travaille dans une grande manufacture : les plus qualifiés auront des postes assis alors que les moins qualifiés resteront debout. Il est nécessaire à l'apprenti verrier de se démarquer et de créer le lien entre les différents postes que peuvent occuper les artisans pour comprendre le savoir-faire et sa transmission (Grandjean, 1988, paragraphe 15). Par ailleurs, la difficulté de transmission réside dans la retranscription de ce savoir-faire, car cela demande des années de pratique en plus de l'apprentissage formel. C'est un art qui est « *difficile à transcrire et impossible à standardiser* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 21), car chaque artisan fait appel à sa propre créativité et quelque part, ses propres techniques qu'il a parfaites durant plusieurs années et qu'il considère les mieux adaptées à son travail et à la forme qu'il veut donner à la matière. Un des moyens pour que la transmission puisse s'opérer c'est que le professionnel est la volonté et la pédagogie de transmettre son savoir, son savoir-faire et son savoir-être à un futur artisan verrier.

### 3.3. Des rôles et des techniques précises

#### 3.3.1. La fabrication du verre

Afin d'appuyer nos arguments, nous tenons compte, à travers cette troisième partie de chapitre, de la fiche d'inventaire des gestes des métiers d'Art verriers de 2019. En effet, tous les artisans s'accordent sur le fait que la pratique du savoir-faire requiert des années d'expérience avant d'en avoir une parfaite maîtrise (Fiche d'inventaire, 2019, page 4).

*« L'art du verre demande des réflexes et une capacité d'analyse et d'adaptation qui relèvent autant de la perception que de la technique au sens strict. Tout verrier constitue, au fil du temps, sa propre archive mentale et sensorielle et l'étoffe à chaque nouvelle expérience, chaque nouvel objet ou difficulté rencontrée. Plusieurs années d'expérience sont ainsi nécessaires pour former un verrier accompli, capable d'anticiper les réactions de la matière, de travailler sans gabarit ou de réaliser à main levée des pièces rigoureusement identiques ou d'une grande complexité. »* (Fiche d'inventaire, 2019, page 4).

Ainsi, la fabrication du verre est longue et fait appel à beaucoup de dextérité, à de nombreux acteurs, mais également à des techniques bien précises pour que la matière puisse prendre la forme que l'artisan désire. Le verre est une matière qui est facilement malléable en fonction de la température à laquelle elle est confrontée : la chaleur peut le rendre liquide, voire visqueux alors que quand la température baisse et une fois complètement refroidi, il devient dur et solide. La manipulation de la matière fait partie intégrante de l'Art verrier et de son processus de fabrication. Comme le rappelle la fiche d'inventaire des gestes des métiers d'art verrier de 2019 qui a permis à ce savoir-faire d'être classé au Patrimoine culturel immatériel, le verre se compose de trois éléments (Fiche d'inventaire, 2019, page 5) :

- a) Les vitrifiants qui vont permettre au verre de se solidifier et d'avoir une résistance plus importante. Ces vitrifiants se composent principalement de sable, appelé également silice.
- b) Les fondants quant à eux permettent à la matière d'être malléable plus longtemps. La potasse qui s'obtient par les cendres de fougères fait partie de ces fondants : elle va permettre que le travail à froid sur la matière soit faciliter mais également elle va accroître le temps de manipulation du verre.
- c) Enfin, le carbonate de sodium, l'oxyde de zinc et l'oxyde de fer souvent présents dans la roche ou le sable et l'oxyde de plomb font partie des stabilisants nécessaires à la

fabrication du verre. Ces stabilisants vont permettre de modifier les propriétés du verre. Par exemple, le cristal est une catégorie de verre qui se caractérise par un son et une brillance, un poids et une souplesse distincte du verre traditionnel, car ce cristal a été modifié en ajoutant ou en retirant certains des stabilisants qui sont caractéristiques du verre que nous rencontrons quotidiennement.

La fabrication même du verre est un procédé très long qui demande un temps considérable surtout pour les petits ateliers. Beaucoup se fournissent directement auprès d'entreprises spécialisées (Fiche d'inventaire, 2019, page 5).

### 3.3.2. *Les techniques liées au savoir-faire de la verrerie*

#### 3.3.2.1. Le travail à chaud

Le savoir-faire du verre repose sur deux techniques qui entrent totalement dans la maîtrise de la matière : le travail à chaud et le travail à froid sur le verre. Le travail à chaud se compose de deux techniques dont la première est celle du verre soufflé à la canne qui permet d'obtenir « *des objets en verre creux* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 6). Cette technique peut s'effectuer soit à la main soit à l'aide d'un moule (cf. Lexique du savoir-faire de la verrerie) et demande à l'artisan verrier de travailler en équipe, car la coordination est essentielle pour que ce dernier puisse donner la forme qu'il souhaite à la matière. Ainsi, l'équipe va se diviser en plusieurs postes où chacun des artisans va savoir le rôle qu'il joue dans le processus de création de la forme désirée : « *Une place peut par exemple comprendre un cueilleur, un souffleur, un poseur d'anse (de jambes ou de pieds...), un chef de place et un porteur à l'arche.* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 6) (cf. Lexique du savoir-faire de la verrerie). Cette technique demande alors plusieurs étapes qui sont cruciales à suivre :

- a) Le « *cueillage* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 6) qui consiste à prélever la matière en fusion depuis un moule et l'objectif étant que le cueilleur, qui utilise une canne creuse (cf. Lexique du savoir-faire de la verrerie), effectue des rotations grâce à cette canne pour ne pas perdre de la matière qui est très fluide à cause de la forte chaleur qu'elle a subie.
- b) Le « *marbrage* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 6) qui permet au verrier de réunir uniformément la matière au bout de la canne en utilisant une table en acier appelée « *le marbre* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 6) (cf. Lexique du savoir-faire de la verrerie).

Cette technique va permettre de réduire l'épaisseur du verre, de le refroidir afin que ce dernier puisse supporter les autres chauffes qui peuvent s'opérer en fonction du nombre de couches que le verrier souhaite donner à son œuvre.

- c) Le « *maillonnage* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 6) est l'étape qui vient répartir la masse : « *Le verrier s'installe en position assise au banc du verrier. La canne est placée à l'horizontale devant lui, posée sur les bras du banc, les « bardelles ». De la main gauche, le verrier fait rouler la canne d'avant en arrière, sur les bardelles ; de la main droite, il tient une mailloche, mouillée au préalable dans un récipient d'eau.* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 6) (cf. Lexique du savoir-faire de la verrerie).
- d) La « *première bulle d'air* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 7) où le verrier souffle dans la canne pour donner une première taille souhaitée. Grâce à la chaleur, cela permet de donner une forme aisément.
- e) Le « *soufflage* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 7) qui permet au verre d'être mis en forme.
- f) Enfin, la dernière étape, « *la mise en pontil ou empontillage* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 8), qui va permettre de séparer le verre de la canne. Cette étape demande beaucoup de minutie, car pour que la matière puisse rester sur le pontil (cf. Lexique du savoir-faire de la verrerie), il faut que la matière prenne la forme de la canne, et ce, tout en ayant une température équivalente. Dans le cas contraire, cela risque d'abîmer la matière et la forme qui lui a été donnée. Par la suite, il est possible de rajouter des éléments sur la pièce en fonction de la création voulue.

Une fois toutes ces étapes faites, le verrier peut passer à la « *décoration* » et à la « *coloration* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 9) grâce à des poudres ou en jouant sur les textures et des couleurs différentes qui vont permettre de rendre la création de l'artisan unique en accord avec sa propre signature.

Figure 8 : Maillochage<sup>43</sup>



Figure 9 : Soufflage<sup>44</sup>



Figure 10 : Ajout après la mise en pontil<sup>45</sup>



La dernière technique qui peut être utilisée pour le travail à chaud est celle du chalumeau (cf. Lexique du savoir-faire de la verrerie). Cette technique consiste à travailler sur un matériau déjà transformé et demande au verrier d'être assis tout du long du processus de création contrairement à la première technique.

- a) Le « *verre filé au chalumeau* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 9) permet de créer des pièces décoratives de petites tailles le plus souvent. Elles peuvent être réalisées grâce à des baguettes de différentes couleurs par exemple. Cela peut aussi demander l'utilisation de petits outils.
- b) Enfin, le « *verre soufflé au chalumeau* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 10) permet de fabriquer des contenants de toutes formes et de toutes tailles. Cette technique permet de créer des œuvres très complexes qui demandent une grande dextérité. Par ailleurs, différentes parties peuvent être créées en amont ou en aval grâce à cette technique.

---

<sup>43</sup> Benoît Teillet. Fiche d'inventaire des gestes des métiers d'Art verriers, 2019.

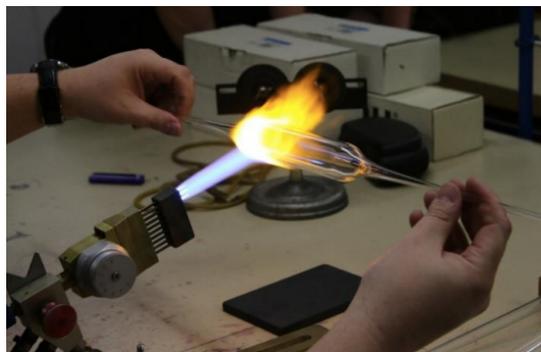
<sup>44</sup> Benoît Teillet. Fiche d'inventaire des gestes des métiers d'Art verriers, 2019.

<sup>45</sup> Benoît Teillet. Fiche d'inventaire des gestes des métiers d'Art verriers, 2019.

Figure 11 : Technique du verre filé au chalumeau<sup>46</sup>



Figure 12 : Technique du verre soufflé au chalumeau<sup>47</sup>



### 3.3.2.2. Le travail à froid

Figure 13 : Étape du compassage, une des techniques du travail à froid<sup>48</sup>



---

<sup>46</sup> Centre européen de Recherches et de Formation aux arts verriers. Fiche d'inventaire des gestes des métiers d'Art verriers, 2019.

<sup>47</sup> Centre européen de Recherches et de Formation aux arts verriers. Fiche d'inventaire des gestes des métiers d'Art verriers, 2019.

<sup>48</sup> Benoît Teillet, Fiche d'inventaire des gestes des métiers d'Art verriers, 2019.

Cette dernière technique est un complément du travail à chaud. Il permet au « *verrier décorateur* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 11) d'ajouter des éléments décoratifs sur les créations en utilisant les techniques de la « *taille* », de la « *gravure* » et des « *décors peints et de la dorure à froid* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 11 à 13). La technique de la taille permet de s'adapter, comme son nom l'indique, à la taille de l'œuvre réalisée : elle va se composer d'une première étape qui est celle du « *compassage* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 11) qui va permettre de mettre des points et des traits selon ce que souhaite réaliser le verrier. Puis, l'artisan va passer à « *l'ébauche* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 11) où il va retirer le plus de matières : c'est un travail de progression qui demande beaucoup de temps. Suivi de la « *taille* » et de la « *technique du doublé* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 11 et 12) qui vont créer des profondeurs et des couches superposées donnant de la perspective à la création. Enfin, l'étape du « *polissage* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 12) va lui donner tout son éclat et va la révéler grâce à la pierre ponce. Une fois poncée, elle est plongée dans un bain d'acide puis rincée.

#### Figure 14 : Technique des décors peints et de la dorure à froid<sup>49</sup>

Enfin, la technique de la « *gravure* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 12) va créer des motifs beaucoup plus fins que la taille. La gravure va se faire soit « *à la roue* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 12) qui demande une grande maîtrise de l'Art décoratif, soit à « *la gravure à la pointe de diamant* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 6). Cette dernière va permettre de créer des lignes aux nuances blanches. Enfin, « *la gravure à l'acide* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 12) va venir ronger les parties qui n'ont pas été vernies et cela va créer un décor par le mélange d'acides fluorhydriques et sulfuriques. Par ailleurs, la dernière technique des « *décors peints et de la dorure à froid* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 13) permet de peindre



<sup>49</sup> Benoît Teillet. Fiche d'inventaire des gestes des métiers d'Art verriers, 2019.

directement à même la matière avec de l'« *or fin* » ou des « *émaux dilués* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 13) (cf. Lexique du savoir-faire de la verrerie).

## Chapitre II - La méthodologie appliquée pour la validation des hypothèses

---

Dans ce chapitre, nous allons explorer les possibilités et construire une méthodologie qui nous permettra de répondre à nos hypothèses qui sont :

- a) Des communautés locales qui jouent un rôle déterminant dans la reconnaissance du Patrimoine culturel immatériel.
- b) Un patrimoine qui est en pleine construction faisant face à de nombreux enjeux et de nombreuses limites.
- c) Le Patrimoine culturel immatériel se construit à travers les représentations et les pratiques des touristes.

Le travail théorique que nous avons mis en place à travers la recherche documentaire nous a permis de comprendre et d'évaluer quels sont les objectifs et les enjeux en lien avec ces hypothèses. Après la présentation de notre terrain d'étude qu'est la Lorraine, nous allons mettre en place notre méthodologie de recherche pour confronter nos hypothèses.

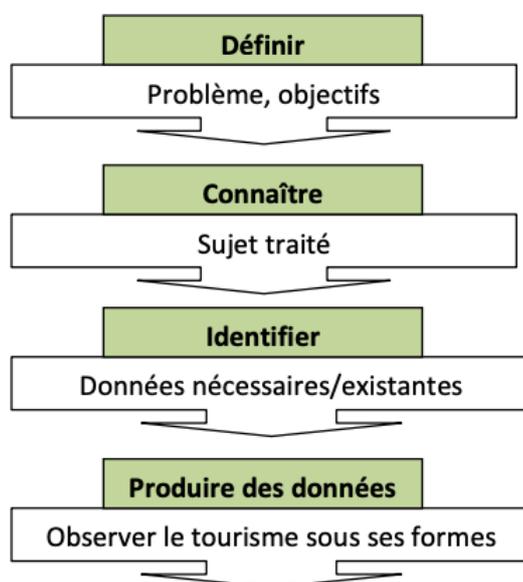
### 1. La mise en place des enquêtes

#### 1.1. **Que souhaitons-nous mettre en avant dans la méthodologie d'enquête ?**

L'objectif premier va être de se détacher des idées que nous avons pu nous faire du sujet afin d'être le plus objectif possible pour créer une méthodologie qui soit en accord avec les réponses que nous pourrions mettre en avant par rapport à nos hypothèses. En effet, pour pouvoir faire un choix cohérent entre les différentes méthodologies d'enquête que nous pourrions mettre en place sur le terrain, il faut comprendre laquelle serait alors la plus utile pour répondre aux objectifs de notre problématique et à nos hypothèses. Il en existe deux :

- l'analyse qualitative ;
- l'analyse quantitative.

**Figure 15 : Évaluation de l'observation touristique pour établir la bonne méthodologie d'enquête à mettre en place**



Source : Chognon Lindsay, 2016

Ce schéma récapitulatif va nous permettre d'appréhender le terrain sur lequel nous nous trouvons et de choisir quelle méthode est la plus applicable sur ce dernier.

## 1.2. Enquêtes quantitatives

Cette démarche de recherche et de production se construit sous la forme d'un questionnaire qui va venir répondre à une problématique de recherche<sup>50</sup>. La constitution de ces enquêtes quantitatives demande une grande rigueur, car, c'est avant tout une démarche scientifique et donc d'investigation. Il est nécessaire, en fonction des différentes étapes, de fournir un maximum de « preuves »<sup>51</sup> pour répondre aux hypothèses énoncées. En effet, la mise en avant de notre problématique permet de construire des hypothèses déductives pour lesquelles nous allons amasser de la donnée qui va nous permettre d'y répondre soit en les réfutant, soit en les validant. Le questionnaire mis en place doit être abouti afin de répondre à nos hypothèses, mais surtout

<sup>50</sup> Dupuy Anne. *Études quantitatives*. Cours de Master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès, 2022.

<sup>51</sup> Dupuy Anne. *Études quantitatives*. Cours de Master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès, 2022.

ce dernier doit s'attacher à la réalité en réduisant « *le champ des possibles et des pratiques sociales* »<sup>52</sup> : il doit favoriser l'aide à la décision auprès des interrogés pour clarifier les objectifs et objectiver les résultats de la recherche<sup>53</sup>. Pour que cette démarche soit cohérente, il faut interroger un nombre important de personnes pour que le questionnaire puisse répondre aux besoins que nous recherchons. La limite de cette enquête quantitative c'est qu'elle permet de mesurer des effets au sein d'un groupe. Si nous la joignons à nos hypothèses, elle ne nous permet pas de comprendre le lien que peut avoir la communauté avec sa pratique, mais également quelles seraient les limites du Patrimoine immatériel auprès des différents acteurs territoriaux. Dans ces cas-là, l'étude qualitative est à prioriser.

### 1.3. Enquêtes qualitatives

En effet, l'objectif de la démarche qualitative est de « *comprendre les mécanismes de l'opinion et de définir la réalité des pratiques et les besoins particuliers* » (Wahnich, 2006, page 8). Cette méthodologie peut se traduire sous forme d'entretiens individuels, d'observations participantes ou directes ... et peut se construire sous forme de :

- a) Entretien non directif avec des questions ouvertes qui cherchent à faire parler la personne sur des sujets en général. L'objectif est de peu intervenir durant la discussion et il n'y a pas de réel guide d'entretien à mettre en place.
- b) Entretien semi-directif avec la mise en place d'un guide d'entretien qui ne va pas nécessairement suivre l'ordre du questionnement. Il va regrouper des rubriques et des questions de relance. La personne interrogée reste libre de structurer sa propre pensée.
- c) Entretien directif : l'enquêteur mène les échanges en utilisant une grille normalisée. Les réponses attendues sont courtes.<sup>54</sup>

Ainsi, nous allons nous intéresser au discours et comment les personnes vivent la chose : leurs perceptions, leurs postures ... portées par des représentations sociales.

---

<sup>52</sup> Dupuy Anne. *Études quantitatives*. Cours de Master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès, 2022.

<sup>53</sup> Dupuy Anne. *Études quantitatives*. Cours de Master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès, 2022.

<sup>54</sup> Tibère Laurence. *Études qualitatives*. Cours de Master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès, 2022.

**Tableau 2 : Exemple d'outils de collecte pouvant être mis en place durant une démarche qualitative<sup>55</sup>**

	Définition	Questionnements possibles	
Valeurs	Principes importants		Lorsque vous devez choisir...
Normes	Ce qu'il est bien de...	« Un bon... d'une manière générale » « Un bon » pour vous	
Symboles	Ce que les choses cristallisent	Association d'idées Projection	Si je vous dis...
Pratiques	Ce qui est fait, a été fait	Retracer dans un cadre temporel et spatial déterminé	

Cette méthode pourrait nous permettre d'appréhender le lien que peuvent avoir les communautés avec leur territoire, mais également avec le ressenti en lien avec le tourisme et le Patrimoine culturel immatériel : comment ils le perçoivent ? Comment s'inscrit le tourisme sur leur territoire ? ...

## 2. Les réponses de l'interrogé

### 2.1. Artisan verrier de la Meurthe-et-Moselle

Afin d'évaluer nos hypothèses, nous avons interrogé une artisane spécialisée sur le verre et notamment sur les méthodes du fusing et du thermoformage (cf. Lexique du savoir-faire de la verrerie). Installée depuis près de 15 ans sur le territoire de la Lorraine, précisément en Meurthe-et-Moselle, elle voue un réel attachement à son savoir-faire. Avant de se rendre compte que la verrerie faisait partie de son quotidien, elle est passée par plusieurs métiers avant d'entamer une reconversion professionnelle en lien avec l'apprentissage de la verrerie. Elle a donc suivi un Certificat d'Aptitude professionnelle au Centre Européen de Recherches et de Formation aux Arts Verriers à Vannes-le-Châtel, en Meurthe-et-Moselle (54), pendant deux ans afin d'avoir les bases du métier. À travers ses stages, elle s'est formée auprès de maîtres verriers qui lui ont

---

<sup>55</sup> Tibère Laurence. *Études qualitatives*. Cours de Master 1 Tourisme et Développement, ISTHIA, Université Toulouse Jean Jaurès, 2022.

transmis leur passion, leur savoir-faire et leurs techniques afin de parfaire sa bonne maîtrise du geste. Aujourd'hui, elle a son propre atelier et propose des stages d'initiation aux techniques du verre et est ouverte au public toute l'année. Par ailleurs, elle met en place des démonstrations et de la vente directement dans son atelier. Enfin, elle participe à de nombreux évènements tels que des expositions afin de présenter ses créations (Annexe A).

Par ailleurs, nous avons eu quelques courts échanges au sujet de ce savoir-faire avec une consultante au Patrimoine culturel immatériel qui a pu rapidement nous présenter le territoire de la Lorraine sur lequel elle peut travailler en lien avec l'année du Verre.

### **2.1. Les éléments clés de l'entretien**

L'objectif de cet entretien était de comprendre comment cette artisanne perçoit son propre savoir-faire, comment elle se positionne quant à ce dernier et quel lien elle peut occuper avec sa communauté. Il a fallu créer un lien de confiance avec elle afin de partager un maximum de connaissances pour comprendre son point de vue : l'entretien semi-directif que nous avons pu mettre en place a permis à cette artisanne de donner son avis et de partager ces propres expériences. Elle nous a apporté des éléments de réponses concernant la place du savoir-faire dans la communauté, mais également auprès des touristes, mais surtout, elle nous a apporté des éléments de réponses sur sa propre définition d'un savoir-faire et d'une reconnaissance culturelle.

## **3. La confrontation avec nos hypothèses**

### **3.1. Le Patrimoine culturel immatériel est forcément vecteur d'une identité culturelle qui serait seulement définie par la communauté ?**

Tout au long de notre réflexion, nous avons montré que le Patrimoine culturel immatériel se traduisait à travers l'identité d'une communauté. En effet, elle joue le rôle de détentrice et de représentante directe du savoir-faire qui est reconnu comme faisant partie de son identité

culturelle. Cependant, durant nos recherches, nous avons rapidement pu comprendre que cette identité commune peut se traduire par une identité individuelle. Le témoignage de notre artisanne nous a permis d'appuyer cet argument, car le savoir-faire du verre se traduit par l'individu qui est détenteur de techniques et de gestes qui lui sont propres. En effet, à travers l'apprentissage et l'expérience, chaque artisan verrier à sa propre définition du savoir-faire et sa propre signature quant à ses créations :

*« c'est qu'on est initié surtout sur les techniques du verre quand on arrive : les trois premiers mois, j'ai fait du soufflage de verre, de la pâte de verre, j'ai travaillé au parachèvement bien sûr, ce qui m'a fait évoluer sur la technique du thermoformage et du fusing quoi. Si j'étais resté sur le vitrail, je n'aurais pas fait la connaissance de cette technique-là, ou alors en autodidacte. » (Annexe B).*

La multiplicité concernant les techniques associées au verre favorise la définition et la représentation individuelle du savoir-faire, car chacun va pouvoir se spécialiser sur un geste en particulier et va le parfaire à sa manière. Cet argument vient souligner, par ailleurs, la difficulté du savoir-faire verrier à être transmis, car beaucoup ont une méthode qui leur appartient et qu'il est parfois difficile d'appréhender lors de la formation à ce métier d'art. Beaucoup d'apprentis verriers reviennent dans les mêmes structures de stage, car une infime partie de verriers sont prêts à partager leur savoir-faire : *« J'ai fait un stage chez le maître verrier chez qui je faisais toujours des stages pendant que j'étais à l'école » (Annexe B).*

Tous ces arguments ont apporté des éléments de réponses quant à la confrontation de notre première hypothèse, car certains savoir-faire, comme celui de la verrerie, se construisent autour d'un individu et des techniques que lui-même a pu développer à travers ses apprentissages, mais également en autodidacte. En effet, ce savoir-faire est avant tout le travail d'un individu qui a su parfaire sa maîtrise de la matière pour proposer des œuvres toujours plus précises et en accord avec la forme et la créativité qu'il a voulu lui donner. Le partage du savoir-faire et la collaboration entre artisans verriers sont parfois difficiles à mettre en place, car chacun souhaite garder la part de mystère de son art. Par exemple, en Lorraine et selon le ressenti de notre artisanne, le partage de la connaissance et de la technique liée au verre est quasi-inexistante :

*« Non, non, c'est ce que je reproche ici, même avec le X qui est à cinq minutes à pied de chez moi et mon mari qui y travaille, c'est difficile. Ça, c'est mon grand regret qu'ici ce soit chacun pour soi. C'est un grand problème ici et c'est ce que je reproche aux Lorrains, c'est de ne pas assez s'unir ... Je vois en Alsace c'est différent. Si, là où je collabore, en ce moment, c'est avec une céramiste pour faire un service de table. C'est une personne qui est*

*d'origine Lorraine, mais elle a pas mal bourlingué dans sa jeunesse, comme moi, et donc il y a quand même une certaine ouverture, mais c'est ce que je déplore ici c'est chacun dans son coin quoi, il n'y a pas d'ouverture. Il manque un dynamisme que je retrouve davantage en Alsace* » (Annexe B).

Le manque de collaboration noté par notre entretenu(e) montre bien qu'il est parfois difficile de parler d'une identité culturelle commune alors que cette dernière peut aussi se traduire par une identité individuelle qui serait au service de la reconnaissance du savoir-faire. De plus, et si nous tenons compte de nos recherches et de l'entretien, ce manque d'implication de la communauté se lie au manque de reconnaissance du savoir-faire par les acteurs territoriaux qui s'inscrivent pourtant dans la représentation et les dynamiques d'un territoire : *« je ne ressens pas leur volonté de travailler avec des petits artisans comme moi »* (Annexe B).

Ces réflexions nous mènent à nous interroger : comment trouver un juste équilibre entre le besoin de la communauté dans la reconnaissance du Patrimoine immatériel et le rôle que joue l'individu dans ce dernier ?

Ainsi, la première hypothèse concernant le rôle déterminant des communautés dans l'intégration du Patrimoine culturel immatériel peut être confrontée, car, à travers le savoir-faire du verre, nous prouvons que, certes, le savoir-faire est détenu par une communauté, mais cette dernière se constitue d'individus qui vont interpréter à leur manière leur pratique. Il est donc essentiel, avant de se pencher sur la communauté, de comprendre le lien que peut détenir l'individu avec son propre savoir-faire, car, en fonction de sa personnalité ou encore de son expérience, son regard ne sera pas le même et c'est ce qui fait la diversité culturelle d'une communauté et d'un savoir-faire.

### **3.2. Le Patrimoine immatériel joue-t-il un rôle de plus en plus essentiel dans le développement territorial grâce à la reconnaissance des savoir-faire ?**

Notre deuxième hypothèse nous a permis de montrer les différentes difficultés auxquelles fait face le Patrimoine culturel immatériel concernant son manque de reconnaissance, mais également son manque de légitimité auprès des experts voire institutionnels, mais également auprès du public national et international. Certes, ces informations sont à prendre en compte, car elles font partie des enjeux actuels qu'essaie de contrer ce patrimoine, mais il est à noter que ce dernier s'inscrit de plus en plus dans les stratégies des territoires.

Comme nous avons pu le montrer, le patrimoine immatériel a su s'étendre au marketing territorial, mais également aux objectifs de développement durable qui s'inscrivent de plus en plus dans les dynamiques territoriales mises en place par les usagers du territoire (institutionnels, socio-professionnels ou encore habitants). Si nous comparons à l'échelle de la Lorraine, plusieurs événements sont mis en lien avec le savoir-faire de la verrerie est donc avec ce Patrimoine immatériel comme la Route du verre 2022 qui souhaite sensibiliser les acteurs territoriaux, mais également les touristes au savoir-faire verrier. Grâce à notre échange avec la consultante au Patrimoine immatériel, nous avons compris qu'aujourd'hui ce patrimoine souhaite représenter une diversité d'acteurs, de formations, mais également de techniques qui mettraient en avant les territoires, mais également l'inscription des savoir-faire dans ces derniers. Par ailleurs, notre entretien avec l'artisane nous a permis de comprendre qu'elle-même souhaite s'inscrire dans les événements de son territoire à travers notamment des expositions, l'installation de son atelier, mais également son référencement auprès des Offices du Tourisme du territoire lorrain : *« j'ai quand même de la sympathie réciproque pour l'Office de Tourisme de X qui me fait travailler un petit peu parce qu'ils me font des commandes : ils m'achètent des objets et les revendent »* (Annexe B). Cependant, les sentiments qu'a pu nous partager cette interrogée nous permettent de comprendre que beaucoup ne se sentent pas impliqués dans les dynamiques territoriales en lien avec le Patrimoine culturel immatériel :

*« En toute logique, avec l'histoire des communautés de communes qui ont repris la gestion, ben nous on est un peu éjectés de partout. La communauté de communes qu'on a n'a pas d'Office de Tourisme, mais il y a quelqu'un au tourisme, mais qui n'est jamais venu dans mon atelier. La Communauté de communes de X va plutôt soutenir les établissements publics comme le X qui reçoivent des subventions, mais les petits artisans ... je ne ressens pas leur volonté de travailler avec des petits artisans comme moi. Il y a des familles à côté dans le village, c'est parce qu'ils ont été installés dans une maison qui appartient à la Communauté de communes. En fait, eux, ils vont soutenir les gens qui vont financer, mais les autres, même s'il paye des impôts locaux, on les connaît pas quoi. Tandis que ce qui était bien quand même avec l'Office du tourisme de X ou X, c'est quand même, qu'ils nous envoyaient du monde. »* (Annexe B)

Ainsi, nous ne pouvons pas nier que le Patrimoine culturel immatériel est aujourd'hui inscrit dans le développement des territoires, car il valorise les pratiques et souhaite sensibiliser aux techniques, aux patrimoines et aux savoir-faire. Cependant, pour que ce dernier soit un facteur de développement durable pour les territoires, il est essentiel de tenir compte de la diversité des

acteurs qui s'inscrivent sur ce territoire, car chacun s'identifie et se manifeste d'une manière différente.

### **3.3. Est-ce que les représentations des touristes sur les savoir-faire et inversement, le regard que peuvent porter les communautés sur le tourisme, sont toujours fondées ?**

À travers notre dernière hypothèse, nous avons prouvé que l'imaginaire touristique et les représentations que peuvent se faire les touristes sont des nouvelles façons d'appréhender la culture et l'interprétation du patrimoine, notamment du Patrimoine immatériel. Si nous devons relier cette information au regard des communautés, nous comprenons rapidement que ces dernières voient le tourisme comme un facteur de développement certain pour leur savoir-faire et leur inscription sur le territoire et dans le regard des touristes :

*« C'est un outil de développement. Ah non ce n'est pas un frein le tourisme, au contraire, ça fait la promotion de la région. Ça permet de nous vendre et de vendre des produits. Le tourisme n'est pas un frein, c'est vraiment le développement d'un territoire, ça fait partie d'un développement du territoire, à mon avis hein. L'Alsace l'a bien compris depuis longtemps, je peux vous dire. C'est une belle région et ils font pour le tourisme, oui. Le tourisme n'est pas un frein c'est l'inverse » (Annexe B).*

Cependant et grâce à notre réflexion, nous avons exposé les risques que cela peut entraîner à travers les notions d'acculturation, de folklorisation de la pratique ou encore de la muséification de cette dernière. Ces réflexions soulèvent les questions de la sensibilisation des communautés, mais également des touristes eux-mêmes concernant les risques que le tourisme peut apporter en rapport avec les trois notions précédemment citées. En effet, le Patrimoine immatériel est évolutif et ne doit pas être figé dans le temps. Or, n'y a-t-il pas un risque, en omettant la sensibilisation aux risques, de figer ces savoir-faire si peu que le touriste est une mainmise sur les pratiques ?

Ainsi, la notion d'imaginaire touristique doit être définie pour être en accord avec cette sensibilisation et avec le besoin des communautés qui doivent rester maîtres de leur pratique et de leurs techniques. Notre troisième hypothèse peut être remise en question, car, certes, l'imaginaire touristique s'inscrit pleinement dans le patrimoine notamment avec la naissance

d'un touriste culturel de plus en plus enclin à la connaissance de l'autre et de ses pratiques, mais il est essentiel de sensibiliser, dans un premier temps, les praticiens pour qu'ils puissent faire évoluer leur savoir-faire dans le temps et dans l'espace sans pour autant perdre de leur authenticité.

## Chapitre III – Les résultats observés

---

Ce dernier chapitre va nous permettre de montrer quelles autres méthodes pourraient être mises en place afin de parfaire l'étude de ce terrain qu'est la Lorraine. De plus, nous allons observer les résultats qui sont mis en avant pour répondre à nos hypothèses qui seraient en lien avec l'identité culturelle, la prise en compte des communautés sur un territoire et à travers leur savoir-faire, mais également la place que peuvent occuper ces touristes à travers ce patrimoine et le regard qu'ils peuvent porter.

### 1. Les méthodes qui peuvent être adoptées pour valoriser encore plus l'étude de terrain et nos hypothèses

#### 1.1. **Mener des enquêtes qualitatives auprès des acteurs du savoir-faire verrier**

Nous avons pu effectuer un entretien auprès d'une artisane verrière, mais il est intéressant d'interroger une plus grande partie de la communauté du verre. En effet, étant les représentants premiers du savoir-faire, ils peuvent nous apporter leur point de vue et leur sentiment quant à leur place au sein de leur communauté et le lien qu'ils peuvent entretenir avec leur maîtrise du verre et avec les autres artisans.

Par ailleurs, en parlant d'artisans verriers qui est le terme général pour les désigner, il faut se pencher sur plusieurs des métiers qui entourent ce savoir-faire, car chacun des verriers ne joue pas le même rôle en fonction de son poste et du processus de la fabrication du verre. Il faut interroger des souffleurs de verre, des cueilleurs, des chefs de place ou encore des poseurs d'ancres qui utilisent tous leur propre maîtrise du geste, leur propre savoir-faire, savoir et savoir-être en fonction de ce qu'ils font dans la chaîne du verre.

Ces entretiens permettront de valider ou réfuter certaines de nos hypothèses et de contrer les idées que nous pourrions nous faire de ce savoir-faire, mais également d'évaluer la place que

tient l'artisan verrier sur le territoire : qui le représente ?, comment il évolue sur ce territoire ?, en quoi consiste son art ? ...

## **1.2. Mener des enquêtes auprès des acteurs territoriaux, des touristes et des experts du patrimoine**

Les artisans verriers ne sont pas les seuls qui doivent être interrogés. En effet, le territoire de la Lorraine se compose d'une grande diversité d'acteurs tels que des élus locaux, des socio-professionnels ou encore des habitants qui ont tout à voir ou rien à voir avec le savoir-faire de la verrerie.

Leurs témoignages sont essentiels à la bonne étude du terrain, car ils participent au développement territorial, économique, social et touristique. Il faut mettre en place des guides d'entretien qualitatifs par catégorie socio-professionnelle qui permettront d'analyser leur lien d'appartenance au territoire, de comprendre le regard qu'ils portent au savoir-faire de la verrerie et comment eux se positionnent quant à la communauté. Par ailleurs, cette diversité permettrait de comprendre comment s'organise le tourisme sur le territoire : ils ont la possibilité de donner leur avis quant au regard que peuvent potentiellement porter les touristes sur le territoire, mais également, cela nous permettra d'appréhender leur propre regard concernant cette interrogation.

Inversement, il est essentiel d'interroger un petit échantillon de touristes qui ont déjà pu séjourner en Lorraine. Leur entrevue valorisera ou réfutera notre hypothèse quant au regard des touristes et l'imaginaire touristique qui peut s'y accorder. Par ailleurs, leurs témoignages nous permettront de comprendre quelles sont leurs habitudes touristiques, sur quelle partie de la Lorraine ils ont pu se concentrer notamment en termes d'activités touristiques et s'ils ont été sensibles à la découverte du savoir-faire verrier.

Par ailleurs, il est nécessaire de discuter avec des experts du patrimoine tels que des consultants ou des ethnologues voire anthropologues qui se penchent sur la question de l'intégration du Patrimoine voir du patrimoine immatériel dans les enjeux de développement territorial,

économique, social et touristique. Ils sont les représentants de la culture et du patrimoine et sont une réponse aux hypothèses mises en avant pour le Patrimoine culturel immatériel.

### 1.3. D'autres méthodes qui peuvent apporter des éléments de réponse

Ainsi, si nous tenons compte de ce que nous avons pu mettre en lumière précédemment, il serait utile de mettre en avant des guides d'entretien qui nous permettraient de mettre en lumière nos hypothèses. Ci-dessous, un exemple d'entretien qui pourrait être mis en place auprès des personnes que nous souhaiterions interroger sachant qu'il faut remanier certaines questions en fonction de l'interrogé.

**Tableau 3 : Guide d'entretien qualitatif qui répond à nos hypothèses en fonction de l'entretenu<sup>56</sup>**

Thèmes principaux	Exemples de question
<b>Thème I : Le Patrimoine culturel immatériel et la culture</b>	<p>Quelle définition pourriez-vous donner de la culture et du patrimoine ?</p> <p>Qu'est-ce que le patrimoine culturel immatériel selon votre propre définition ?</p> <p>→ <i>comment se manifeste-t-il ?</i></p> <p>→ <i>quelle place occupent les communautés dans le processus de patrimonialisation ?</i></p>
<b>Thème II : Le Patrimoine culturel immatériel et l'identité culturelle</b>	<p>Comment se manifeste l'identité culturelle d'une communauté voire d'un individu au sein du Patrimoine culturel immatériel ?</p> <p>Pensez-vous qu'il y ait une limite à cette identité culturelle : est-ce que tout est question d'identité au sein d'une communauté</p>

<sup>56</sup> Trapy Angelina, 2022.

	<p>ou y a-t-il d'autres paramètres qui peuvent s'apparenter à cette identité ?</p> <p>Est-il difficile de faire reconnaître l'identité culturelle à certaines communautés lorsqu'on travaille sur ces questions d'identité et de reconnaissance culturelle et patrimoniale ?</p> <p>→ <i>Avez-vous déjà été confronté à ce genre de phénomène durant vos travaux ?</i></p>
<p><b>Thème III : Les enjeux liés au Patrimoine immatériel</b></p>	<p>Pourquoi ce patrimoine fait encore débat aujourd'hui auprès de nombreux experts ?</p> <p>→ <i>Pensez-vous qu'il est question de "légitimité" et de reconnaissance ?</i></p> <p>Selon vous, quels sont les enjeux auxquels fait face le Patrimoine immatériel aujourd'hui ?</p> <p>D'après mes recherches, ce patrimoine est encore peu reconnu par les institutionnels et le grand public, quelles en seraient les raisons selon vous ?</p> <p>Pensez-vous que ce patrimoine est aujourd'hui ancré dans les perspectives de l'Inventaire français et de l'UNESCO ?</p> <p>Est-ce que le tourisme pourrait être une menace pour les savoir-faire des communautés ?</p>
<p><b>Thème IV : Le tourisme et sa relation au Patrimoine culturel immatériel</b></p>	<p>Selon vous, est-ce qu'aujourd'hui la culture et plus particulièrement le patrimoine s'inscrit au cœur du tourisme et de la demande des touristes ?</p> <p>Pensez-vous qu'il est important de prendre en compte le phénomène touristique dans les réflexions en lien avec le Patrimoine culturel immatériel ?</p>

	<p>→ <i>Quels en seraient les avantages ? Pourquoi ?</i></p> <p>→ <i>Quels en seraient les freins ? Pourquoi ?</i></p>
<p><b>Thème V : Le Patrimoine culturel immatériel et le savoir-faire de la verrerie française en Lorraine</b></p>	<p>Comment définiriez-vous le lien que peuvent entretenir les praticiens avec leur propre savoir-faire du verre en Lorraine ?</p> <p>→ <i>Savez-vous comment s'organise la communauté, y a-t-il une sorte de hiérarchie sociale ou en lien avec le savoir-faire ?</i></p> <p>→ <i>Pensez-vous que le lien avec le savoir-faire s'établit plus grâce à la transmission formelle grâce à l'apprentissage ou de manière plutôt informelle, de parents à enfants par exemple, sur ce territoire ?</i></p> <p>→ <i>Est-ce que pour les Lorrains, le savoir-faire de la verrerie fait partie de leur identité culturelle ?</i></p> <p>Pensez-vous que ce savoir-faire de la verrerie en Lorraine soit une des motivations des touristes à venir sur le territoire ?</p> <p>→ <i>Y a-t-il des lieux en lien avec ce savoir-faire (souffleur de verre, artisan verrier ...) qui soit ouvert au public ?</i></p>

Cette méthode est donc très intéressante à construire, car elle permet de récolter un maximum d'informations en individuel, mais il est opportun également de mettre en place un questionnaire qui permettra de récolter les avis notamment auprès des touristes concernant leur habitude en termes de séjour. Ces questionnaires pourront être mis en place par les Offices de Tourisme des communautés de communes de la Lorraine. Par exemple, avec la mise en place d'une borne en libre-service dans l'accueil qui permettrait aux touristes de répondre, en quelques minutes, à des questions en lien avec le territoire, les savoir-faire artisanaux notamment celui de la verrerie. Par ailleurs, grâce à la newsletter de ces offices, ils pourraient envoyer les questionnaires en format numérique pour optimiser le recueil de données sur le territoire.

**Tableau 4 : exemple de questions pour la mise en place d'un questionnaire<sup>57</sup>**

Avez-vous pu découvrir le savoir-faire de la verrerie durant votre séjour en Lorraine ?		
<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Pas encore

<sup>57</sup> Trapy Angelina, 2022.

Avez-vous déjà découvert des ateliers d'artisans verriers ?			
<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Sur le territoire	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Ailleurs (précisez) : .....

## 2. Des évènements et des formations qui valorisent les métiers d'Art auprès des communautés et des touristes

### **2.1. L'institut National des métiers d'Art pour valoriser l'artisanat et sensibiliser au patrimoine immatériel**

Cette association reconnue d'utilité publique se place sous la tutelle du secrétariat d'État chargé du Commerce et de l'Artisanat, du ministère de la Culture et de la Communication et du ministère de l'Éducation nationale. Les missions de cet Institut National des métiers d'Art sont d'accompagner les artisans grâce à son expertise mais également d'apporter un soutien aux initiatives locales qui peuvent se mettre en place sur un territoire<sup>58</sup>. Ainsi, cet Institut va proposer de l'aide à la formation auprès des artisans en les accompagnant tout au long de leur apprentissage. Par cette méthode, ils vont favoriser la transmission du savoir-faire et valoriser le lien avec le Patrimoine culturel immatériel<sup>59</sup>.

Cet accompagnement qui se met en place au travers de cette association permet aux métiers d'Art d'évoluer dans l'espace et dans le temps sans pour autant en oublier leurs gestes et leurs techniques hérités de génération en génération. Dans cette même idée, il est proposé, en collaboration avec le Conseil scientifique et culturel (cabinet consultatif et d'étude de l'Institut), des colloques et des rencontres entre artisans mais également entre des écoles d'architecte, d'art et bien plus afin de réfléchir à des axes d'évolution qui s'inscrivent dans les dynamiques des métiers d'Art et des artisans mais également du Patrimoine immatériel<sup>60</sup>.

---

<sup>58</sup> Ministère de la Culture. *L'institut National des Métiers d'Art* [en ligne]. Disponible sur <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Metiers-d-art/Les-metiers-d-art-en-France/L-Institut-National-des-Metiers-d-Art-INMA> (Consulté le 05/04/2022).

<sup>59</sup> Institut National des Métiers d'Art. *Plaquette institutionnelle INMA*, 2014 [en ligne]. Disponible sur <https://www.institut-metiersdart.org/sites/all/files/imce/Plaquette%20institutionnelle%20INMA.pdf> (Consulté le 05/04/2022).

<sup>60</sup> Institut National des Métiers d'Art. *Plaquette institutionnelle INMA*, 2014 [en ligne]. Disponible sur <https://www.institut-metiersdart.org/sites/all/files/imce/Plaquette%20institutionnelle%20INMA.pdf> (Consulté le 05/04/2022).

Concernant le territoire de la Lorraine, le Centre Européen de Recherches et de Formation aux Arts Verriers, qui initie de futurs artisans aux arts verriers, est en collaboration avec l'Institut National des Métiers d'Art. Il est proposé de nombreux colloques et rencontres afin de faire découvrir ce savoir-faire aux futurs artisans verriers mais également cela leur permet de les accompagner tout au long de leur formation<sup>61</sup>.

Cet Institut fédère autour d'une même volonté de rassembler les communautés au sein de ces métiers. Concernant notre artisane interrogée, elle nous a indiqué que cette association lui a permis de l'accompagner durant ces stages mais également dans sa reconversion dans cette voie :

*« À l'époque, c'était la société d'encouragement des métiers d'art. J'ai fait un stage chez le maître verrier chez qui je faisais toujours des stages pendant que j'étais à l'école parce quand on est en formation là, sur dix mois, il y a trois stages de deux semaines à faire à entreprise. J'avais un maître-verrier, en Côte d'Or qui me prenait en stage et après je suis retourné six mois chez lui où j'ai travaillé comme les autres salariés. Je faisais de la coupe de verre, du montage en plomb ... Voilà, donc ça m'a permis de me perfectionner, ça m'a donné un coup de pouce pour réussir le CAP. » (Annexe B).*

Par ailleurs, l'Institut National des métiers d'Art accompagne, en plus de la formation et la sensibilisation, des événements d'envergure nationale mais également internationale tels que les Journées Européennes des métiers d'Art<sup>62</sup>.

## **2.2. Les Journées Européennes des métiers d'Art : évènement qui pérennise le savoir-faire du verre notamment sur le territoire de la Lorraine**

Ces Journées Européennes des Métiers d'Art permettent de valoriser les professionnels, notamment les artisans représentatifs des savoir-faire et de l'artisanat, et leur pratique sur plusieurs jours. Ces Journées sont placées sous le signe de la découverte artisanale mais également de la gratuité pour permettre à chacun, petit ou gros budget, d'explorer toutes les techniques de ces savoir-faire à travers toute la France et toute l'Europe. L'objectif est de

---

<sup>61</sup> CERFAV. *L'INMA au CERFAV* [en ligne]. Disponible sur <https://www.cerfav.fr/actus/73-linma-au-cerfav.html> (Consulté le 05/04/2022).

<sup>62</sup> Ministère de la Culture. *L'institut National des Métiers d'Art* [en ligne]. Disponible sur <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Metiers-d-art/Les-metiers-d-art-en-France/L-Institut-National-des-Metiers-d-Art-INMA> (Consulté le 05/04/2022).

« remettre à l'honneur les rencontres, échanges et démonstrations de savoir-faire avec les professionnels des métiers d'art et du patrimoine vivant »<sup>63</sup>.

L'année 2022 est la seizième Édition de ces Journées après un arrêt brutal pour cause de crise sanitaire. Du 28 mars au 3 avril, plus de 6000 événements ont pris lieu au sein d'ateliers, de salons et bien plus en lien avec cet artisanat<sup>64</sup>. Sous le thème de « *Nos mains à l'unisson* »<sup>65</sup>, les artisans ont pu se réunir, sur toute l'Europe, autour des gestes qui les rassemblent et qui créent la communauté. Le thème a souhaité s'orienter sur ce qui fait l'universalité des métiers d'Art : « *Il y a dans les métiers d'art une énergie universelle, des savoir-faire, des gestes, des connaissances transmises de main en main, de génération en génération, depuis les débuts de l'humanité* »<sup>66</sup>.

Chaque année cet événement met à l'honneur un pays européen et une région française afin de favoriser les gestes et les artisans qui ont des spécificités communes<sup>67</sup> : cette année l'artisanat allemand et la région Grand Est ont pu être mis en lumière. Si nous rassemblons ces informations au territoire de la Lorraine, qui fait partie intégrante de la région Grand Est, cela a permis de mettre à l'honneur son artisanat et précisément celui du savoir-faire de la verrerie.

De nombreux centres de formation, d'ateliers verriers ont ouverts leur porte à cette occasion : « *On a des centres de formation qui ouvrent leurs portes, ils font des animations : ici il y a le X et il y a le X pour tout ce qui est poterie par exemple. Il y a des lycées aussi.* » (Annexe B). Ces Journées Européennes des Métiers d'Art ont permis pour les artisans verriers lorrains de créer du lien avec le public et de mettre en avant leur travail, leur maîtrise du geste technique et leur créativité : « *j'aime bien le contact avec les gens parce que j'étais dans le commercial et je suis quelqu'un qui est dans le partage tout le temps. C'est lié à ma nature.* » (Annexe B).

---

<sup>63</sup> Journées Européennes des Métiers d'Art. *A propos des Journées Européennes des Métiers d'Art* [en ligne]. Disponible sur <https://www.journeesdesmetiersdart.fr/a-propos-des-jema> (Consulté le 05/04/2022).

<sup>64</sup> Journées Européennes des Métiers d'Art. Recherche [en ligne]. Disponible sur [https://www.journeesdesmetiersdart.fr/recherche\\_evenement](https://www.journeesdesmetiersdart.fr/recherche_evenement) (Consulté le 05/04/2022).

<sup>65</sup> Journées Européennes des Métiers d'Art. *A propos des Journées Européennes des Métiers d'Art* [en ligne]. Disponible sur <https://www.journeesdesmetiersdart.fr/a-propos-des-jema> (Consulté le 05/04/2022).

<sup>66</sup> Journées Européennes des Métiers d'Art. *A propos des Journées Européennes des Métiers d'Art* [en ligne]. Disponible sur <https://www.journeesdesmetiersdart.fr/a-propos-des-jema> (Consulté le 05/04/2022).

<sup>67</sup> Journées Européennes des Métiers d'Art. *Actualités* [en ligne]. Disponible sur <https://www.journeesdesmetiersdart.fr/actualite/lallemagne-et-le-grand-est-lhonneur> (Consulté le 05/04/2022).

### 2.3. La Route du verre et du cristal

Dans le premier chapitre de cette partie, nous avons mis en avant l'attrait touristique de cette Route du verre et du cristal mais il est à noter que cette dernière est un facteur de développement et de visibilité pour le savoir-faire du verre et pour le territoire de la Lorraine. En effet, cette route permet de partir à la découverte des grandes maisons de la verrerie et de la cristallerie lorraine comme la cristallerie Saint-Louis mais également des petits ateliers qui eux aussi s'inscrivent dans l'identité culturelle du territoire. Elle permet de mettre en valeur les techniques en lien avec le savoir-faire en les faisant découvrir au public mais également elle permet à la communauté du verre de s'identifier à son territoire et de créer une interaction entre eux et les touristes.

Par ailleurs, ces événements, qui s'inscrivent dans les dynamiques du territoire, ont un fort potentiel grâce, notamment, aux nouvelles technologies et aux outils numériques qui ont pu faire la promotion de ces événements et de ces formations.

## 3. La valorisation du verre à travers les nouvelles technologies

### 3.1. L'utilité des nouvelles technologies pour le Patrimoine culturel immatériel et la culture

Nous ne pouvons plus nier que les nouvelles technologies en lien avec le numérique s'inscrivent dans les perspectives d'évolution du patrimoine et de la culture. De plus en plus d'outils digitaux et numériques sont mis en place pour valoriser, sensibiliser et accompagner la transmission de la culture. Aujourd'hui, le numérique s'inscrit de plus en plus dans les attentes du Patrimoine culturel immatériel car c'est un outil « *de cueillette, d'archivage, de gestion, de mise en valeur, de diffusion et de transmission du patrimoine culturel immatériel* »<sup>68</sup>. En effet, la transmission du savoir-faire entre en cohérence avec les évolutions de l'audiovisuel. De nombreux chercheurs en lien avec ce

---

<sup>68</sup> Culture Centre du Québec. *L'année du numérique, programme de développement de compétences pour le milieu culturel*, 2017 [en ligne]. Disponible sur [http://www.culturecdq.ca/images/Annee\\_numerique/Guides/Guide\\_Patrimoine\\_Immateriel.pdf](http://www.culturecdq.ca/images/Annee_numerique/Guides/Guide_Patrimoine_Immateriel.pdf) (Consulté le 05/04/2022).

patrimoine font appel à des outils numériques afin de partager les savoir-faire et les techniques des praticiens. Par exemple, ils vont utiliser des logiciels de traitement afin de recueillir leurs données mais également utiliser des programmes de montage photographiques ou encore vidéos afin de révéler, auprès des utilisateurs du web, les traditions et les témoignages qui peuvent être recueillis afin de valoriser les savoir-faire classés : « *L'usage de plusieurs médias dans une même application mobile (textes, photos 2D et 3D, audio, vidéo, animations 3D) accroît évidemment les possibilités d'interprétation du patrimoine* »<sup>69</sup>. Les utilisateurs vont se plonger au cœur des savoir-faire comme-ci ils ne faisaient plus qu'un avec le détenteur de ce savoir-faire mais également avec la matière elle-même : « *et puis, rentrer à l'intérieur d'un pâté chinois en réalité augmentée* »<sup>70</sup>. Cet argument montre bien que le Patrimoine immatériel a lui aussi sa place dans l'expérientiel numérique et qu'il y a une réelle prise en compte des outils technologiques dans la culture.

Sur le territoire de la Lorraine et en lien avec le savoir-faire du verre, la mise en place d'outils numériques est de plus en plus inscrite au cœur des processus d'évolution de ce patrimoine. En effet, ils vont permettre de relayer de l'information mais également de créer du lien entre les acteurs territoriaux et les artisans verriers mais également entre ces verriers et les touristes. Dans les deux points qui seront développés, nous montrerons les outils digitaux qui ont pu se mettre en place au fur et à mesure de l'évolution du savoir-faire mais également du numérique.

### **3.2. Le site internet du verre : la valorisation du savoir-faire verrier et de ses détenteurs**

Cette année 2022 est placée sous le signe du verre. En effet, les Nations Unies ont proclamé 2022 comme l'« *Année Internationale du Verre* »<sup>71</sup> car cette matière s'inscrit dans de nombreux domaines notamment la culture, l'Art ou encore la science et est devenue une matière faisant partie de notre quotidien mais également des transitions écologiques et durables qui s'inscrivent de plus en plus dans les procédés de développement environnementaux. Cette année spéciale

---

<sup>69</sup> Culture Centre du Québec. *L'année du numérique, programme de développement de compétences pour le milieu culturel*, 2017 [en ligne]. Disponible sur [http://www.culturecdq.ca/images/Annee\\_numerique/Guides/Guide\\_Patrimoine\\_Immatériel.pdf](http://www.culturecdq.ca/images/Annee_numerique/Guides/Guide_Patrimoine_Immatériel.pdf) (Consulté le 05/04/2022).

<sup>70</sup> Culture Centre du Québec. Patrimoine immatériel et numérique, 2017, 3 minutes 31 [en ligne]. Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=IGggOLmN1Kk&t=141s> (Consulté le 05/04/2022).

<sup>71</sup> Année du Verre. Pourquoi l'année du verre ?, 2022 [en ligne]. Disponible sur <https://www.anneeduverre2022.fr/> (Consulté le 05/04/2022).

va permettre de sensibiliser les communautés mais également le public sur le savoir-faire verrier car de nombreuses expositions, rencontres mais également colloques vont être organisés tout au long de l'année afin de valoriser les techniques et la matière, autant sur le territoire national qu'à l'international. Cela va favoriser les échanges entre praticiens d'une même matière et d'un même métier<sup>72</sup>.

L'objectif de ce site internet est d'inviter les utilisateurs à prendre connaissance des savoir-faire liés au verre, de se pencher sur les composantes, les matières et les techniques qui peuvent s'en apparenter. Par ailleurs, du 9 février au 11 février 2022, ont pu se tenir les rencontres des artisans verriers qui ont pu échanger sur des questions en lien avec l'innovation du verre et comment s'inscrit ce dernier dans les évolutions liées aux sciences mais également aux arts<sup>73</sup>. Ce site retranscrit toutes les informations qui sont relatives au verre afin de rassembler autour d'une même tradition.

### **3.3. La création numérique au service de l'art verrier**

En plus des sites internet qui permettent de favoriser la promotion du verre, nous pouvons noter que les outils numériques ont su s'étendre jusqu'aux métiers des arts verriers. En effet, l'artisan se familiarise de plus en plus aux outils digitaux dans le but d'accompagner la réalisation de son art et dans le fait d'utiliser des matières qui lui permettront de fabriquer son œuvre<sup>74</sup>. En effet, les apprentissages formels en école adaptent leur formation au savoir-faire du verre à l'utilisation du numérique. Par exemple, le Centre Européen de Recherches et de Formation aux Arts Verriers propose des cours de numérique qui vont permettre aux étudiants de créer en amont, via des logiciels de création, leur futur prototype. Cette utilisation des logiciels numériques permet aux apprentis verriers de faire appel à leur créativité car ils vont pouvoir, à travers ces logiciels, créer des objets à partir de différentes matières et donner la forme qu'ils souhaitent à ces derniers :

---

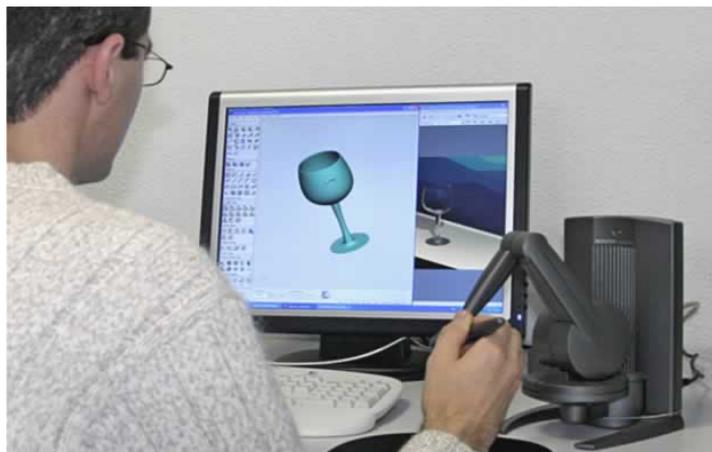
<sup>72</sup> International year of glass 2022. A historic event for the glass industry, 2022 [en ligne]. Disponible sur <https://iyog2022oc.org/> (Consulté le 05/04/2022).

<sup>73</sup> International year of glass 2022. *Schedules*, 2022, pages 1 à 4 [en ligne]. Disponible [https://secureservercdn.net/160.153.137.99/m96.6f6.myftpupload.com/wp-content/uploads/2022/02/Schedule\\_OC\\_final04-02-2022-website.pdf](https://secureservercdn.net/160.153.137.99/m96.6f6.myftpupload.com/wp-content/uploads/2022/02/Schedule_OC_final04-02-2022-website.pdf) (Consulté le 05/04/2022).

<sup>74</sup> Garenc Philippe et al. Prospectives, avenir, devenir des outils numériques dans les métiers d'art. *CERFAV*, 2018 [en ligne]. Disponible sur <http://www.idverre.net/voir/idverreinfos/idverreinfos67/idverreinfos67.pdf> (Consulté le 05/04/2022).

« Le modelleur, et non plus l'informaticien, peut choisir entre plusieurs outils de modelage, il peut enlever de la matière, en ajouter. Toutes les possibilités d'un logiciel de traitement d'image permettent ensuite de faire varier l'échelle, de jouer sur des symétries, des collages d'éléments répétitifs, de travailler des effets de matières ou encore de reprendre l'image, de procéder à des retouches »<sup>75</sup>.

**Figure 16 : Exemple de mise en pratique sur un logiciel numérique pour la création d'un prototype de verre<sup>76</sup>**



De plus, l'utilisation du numérique dans cet artisanat a fait naître des événements qui ont pu les pérenniser tous les deux. Par exemple, en 2018, l'exposition « *Manifestement numérique* »<sup>77</sup> qui s'est déroulée dans les ateliers du Centre Européen de Recherches et de Formation aux Arts Verriers, a valorisé le travail des artisans à travers l'utilisation des outils numériques. Grâce à ces technologies telles que l'impression 3D ou encore la découpe au laser, cette exposition a rendu compte de l'importance que peut prendre ces nouvelles technologies dans l'appropriation du savoir-faire verrier car, les artisans viennent bousculer leur propre maîtrise du geste en utilisant des outils qui facilitent la prise en main en amont. Par ailleurs, le 11 juin 2022, les élèves du Centre Européen de Recherches et de Formation aux Arts Verriers auront l'opportunité, à travers une exposition, de présenter leurs œuvres créées à partir de ces nouvelles technologies<sup>78</sup>.

---

<sup>75</sup> Association Verre et Histoire. *Verre et innovation : filière numérique, processus de création et de fabrication verrière* [en ligne]. Disponible sur [http://www.verre-histoire.org/colloques/innovations/pages/p504\\_01\\_garcia.html](http://www.verre-histoire.org/colloques/innovations/pages/p504_01_garcia.html) (Consulté le 05/04/2022).

<sup>76</sup> Association Verre et Histoire. *Verre et innovation : filière numérique, processus de création et de fabrication verrière* [en ligne]. Disponible sur [http://www.verre-histoire.org/colloques/innovations/pages/p504\\_01\\_garcia.html](http://www.verre-histoire.org/colloques/innovations/pages/p504_01_garcia.html) (Consulté le 05/04/2022).

<sup>77</sup> Ronget Pauline et al. Quand les mains expertes des artisans d'art s'emparent des outils numériques. *CERFAV*, 2018 [en ligne]. Disponible sur <http://www.idverre.net/voir/idverreinfos/idverreinfos67/idverreinfos67.pdf> (Consulté le 05/04/2022).

<sup>78</sup> Eventbrite. *Le numérique réinvente le métier de verrier d'art, 2022* [en ligne]. Disponible sur <https://www.eventbrite.fr/e/billets-le-numerique-reinvente-le-metier-de-verrier-dart-300844703607> (Consulté le 05/04/2022).

## Conclusion de la partie III

---

Cette troisième et dernière partie nous a permis d'énoncer des contres hypothèses et de voir plus large quant à la reconnaissance des communautés, du Patrimoine culturel immatériel mais également du regard porté par les touristes sur un savoir-faire et une culture. Le territoire de la Lorraine est un parfait exemple de diversité culturelle, car le patrimoine notamment à travers le savoir-faire de la verrerie s'inscrit, depuis des générations, dans les pratiques traditionnelles des Lorrains. Ce savoir-faire nous a fait comprendre la multiplicité des techniques d'un savoir-faire, mais surtout d'appréhender la définition même que peut donner un artisan à sa pratique et à ses techniques.

Concernant le regard des touristes, nous comprenons, à travers l'échange et nos recherches, que ces derniers s'inscrivent, en grande partie, dans l'intégration d'un savoir-faire sur un territoire. En effet, les artisans verriers sont de plus en plus enclins à accueillir du public pour des questions financières mais également de partage (Annexe B). Cependant, ils ne semblent pas conscients des risques que ce tourisme peut apporter en lien avec l'acculturation, la folklorisation mais également la muséification qui sont à l'inverse des valeurs du Patrimoine immatériel. En effet, à travers les résultats de notre recherche, dans le troisième chapitre, nous avons énoncé les différents événements et formations qui ont pu se mettre en place sur le territoire de la Lorraine, en lien avec le savoir-faire du verre. Ces nombreuses évolutions de ce savoir-faire souhaitent s'inscrire dans l'ère du temps grâce aux outils numériques et à la maîtrise du digital afin de faciliter le travail des artisans verriers. Cependant, cela n'est-il pas un risque de favoriser la muséification du savoir-faire ? Les artisans verriers ne risquent-ils pas d'en oublier leur technique si particulière face à l'arrivée croissante d'outils numériques ?

Malgré les risques précédemment cités mais également la difficulté à transmettre ce savoir-faire, un grand nombre de praticiens du verre sont les héritiers de techniques et de gestes qu'ils souhaitent pérenniser : nous ressentons une réelle volonté de ces artisans verriers de faire vivre leur pratique (Annexe B).

Ces questionnements et les résultats qui ont pu être apportés tout au long de cette dernière partie sont des réflexions qui pourraient s'appliquer à un grand nombre de savoir-faire classés au Patrimoine culturel immatériel car les questions de reconnaissance, de légitimité et d'intégration sont au cœur de ces traditions. Par ailleurs, le tourisme peut fortement être associé à d'autres savoir-faire même s'il se manifeste différemment en fonction du territoire et des acteurs qui s'y inscrivent.

## Conclusion générale

---

L'intérêt personnel que nous pouvons porter pour le patrimoine et la valorisation de ce dernier à travers l'immatériel nous a permis de nous pencher sur un sujet qui nous tient à cœur et de comprendre le lien que peuvent avoir les communautés avec leur propre identité culturelle mais également avec ce patrimoine. Le fait de pouvoir le lier au phénomène touristique nous a permis d'analyser les enjeux, qu'ils soient positifs ou négatifs, de la reconnaissance du patrimoine et des savoir-faire, communautés et individus qui peuvent s'y référer.

En liant les différentes parties de ce mémoire mais également la problématique qui nous a permis de mettre en lumière nos hypothèses et nos résultats, nous pouvons dire que le Patrimoine culturel immatériel se définit par une multiplicité d'acteurs mais surtout de détenteurs, qui jouent un rôle décisif dans la représentativité de ce patrimoine. Sans eux, les notions de partage, de reconnaissance et de sensibilisation à une culture et à une identité ne pourraient pas s'opérer et donc l'évolution même de la communauté et du savoir-faire ne serait pas pérennisée. Le fait d'associer cette idée avec les dynamiques territoriales, le marketing territorial ou encore la notion de durabilité qui est de plus en plus présente dans le Patrimoine culturel immatériel, nous a permis de nuancer et de comprendre comment s'organise une communauté et quel rôle elle joue dans la représentativité de son savoir-faire. Par ailleurs, le cas de la Lorraine nous a permis de comprendre tout cela car le savoir-faire verrier se caractérise avant tout par des praticiens qui ont des techniques qui leur sont propres et qui leur permettent de s'inscrire dans la continuité de ce savoir-faire et dans les évolutions qui lui sont données. Cependant, cette matière et l'analyse que nous avons pu lui porter à travers nos échanges, nous a permis de comprendre qu'il était parfois difficile de s'apparenter à la communauté car chacun à sa propre définition de l'identité de son savoir-faire et donc de son identité culturelle.

De plus, le tourisme joue un rôle majeur dans la reconnaissance des savoir-faire et donc du Patrimoine culturel immatériel car il s'inscrit au cœur des dynamiques territoriales et au cœur des évolutions du patrimoine et de la culture en général. En effet, le Patrimoine culturel immatériel attire de plus en plus les touristes car il donne accès à la culture de l'autre et au partage des savoirs, des savoir-faire et du savoir-être de chacun. C'est une rencontre entre la culture accueillante et la culture accueillie. Les tendances touristiques sont en lien avec cette recherche d'authenticité et de rapport à l'autre et à soi : les touristes recherchent de l'expérience et ont un besoin d'identification à une culture soit en créant des liens soit en confrontant sa propre culture à celle de l'hôte. Le tourisme est donc un des facteurs de développement des savoir-faire des communautés et des individus car il fédère autour des notions de partage, mais les effets négatifs qu'il peut apporter notamment à travers l'acculturation, la folklorisation ou encore la muséification des pratiques, fait qu'il ne peut pas être le seul facteur d'un développement durable du Patrimoine immatériel et des pratiques classées. En effet, de nombreux facteurs doivent être pris en compte pour que la durabilité du patrimoine puisse s'établir comme le marketing ou l'inclusion des communautés qui doivent rester maître de leur pratique et qui doivent sensibiliser les touristes au maintien du savoir-faire même si pour une majorité le tourisme n'est pas un risque mais bien un facteur de développement certain pour les territoires et pour leur propre identité culturelle. Si nous relient cette réflexion au savoir-faire de la verrerie et aux arguments mis en avant tout au long de ce mémoire, nous comprenons que le savoir-faire de la verrerie est de plus en plus représenté dans les événements en lien avec les métiers d'art mais également à travers la formation. Cette valorisation du savoir-faire verrier permet de mettre en lumière les nombreuses techniques et les gestes clés de ce dernier auprès du public et notamment des touristes. A travers les échanges, nous avons compris que le tourisme est une ressource fondamentale pour la reconnaissance du savoir-faire mais que la sensibilisation aux risques n'est pas assez présente car les artisans verriers perçoivent ce tourisme comme un moyen de partager son savoir-faire mais également de créer un revenu concernant la vente de son art.

En réponse à notre problématique et aux réflexions menées tout au long de notre travail de recherche qui a évolué tout au long de la rédaction, nous pouvons dire que le

tourisme est un facteur de développement pour le Patrimoine culturel immatériel car il permet de reconnaître la place de ce patrimoine mais également de créer du lien entre les communautés et les touristes. Inversement, le Patrimoine immatériel est de plus en plus enclin à être un facteur de développement pour le tourisme car il suscite de plus en plus d'intérêt dans les pratiques et les images des touristes, notamment à travers le tourisme culturel qui tient compte de plus en plus de cette notion d'immatériel dans les visites des touristes. Cependant, il est essentiel de tenir compte des freins que peut créer le phénomène touristique qui souvent se traduisent par l'acculturation des communautés face à leur pratique mais également par la folklorisation qui fait perdre toute identité culturelle aux individus menant à la muséification des pratiques dans le temps et dans l'espace ce qui pourrait mener à la disparition du savoir-faire et de l'héritage culturelle qui forme nos sociétés.

La rédaction de ce mémoire nous a permis de réfléchir sur des questions qui entrent de plus en plus en résonance avec les actualités culturelles et la notion de valorisation du patrimoine. Ce fut un travail très enrichissant qui pourra être approfondi tout au long de notre stage au sein de la Communauté d'Agglomération Épernay Champagne-Ardenne qui souhaite valoriser son patrimoine notamment à travers les Journées Européennes du Patrimoine et la création de parcours touristiques en lien avec le patrimoine du territoire et le patrimoine vernaculaire. Par ailleurs, cet approfondissement s'inscrira dans la continuité de la réflexion en Master 2 et notamment du stage de six mois qui pourra se traduire par une immersion au sein d'une communauté qui est représentative par son savoir-faire et par les valeurs qui peuvent s'apparenter au Patrimoine immatériel.

## Bibliographie

---

### A

- Amirou Rachid. *Imaginaire du tourisme culturel*. Paris : PUF, 2000, 160 p.

### B

- Bleton-Ruget Annie, Commerçon Nicole, Lefort Isabelle (dir.). *Tourisme et territoires*. Institut de recherche du Val de Saône-Maconnais, 2011, 319 p.
- Brumann Christoph. Comment le patrimoine mondial de l'UNESCO devient immatériel. *Open Edition Journals*, 2013, no 18, p. 22 à 49 [en ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/gradhiva/2698#:~:text=La%20perc%C3%A9e%20r%C3%A9alis%C3%A9e%20par%20l,concevoir%20de%20nouvelles%20candidatures%20adapt%C3%A9es> (Consulté le 23/11/2021).

### C

- Canal U, Patrimoines Mondialisés [web]. Fondation Maison des Sciences de l'Homme, 2019, 107 min.
- Cebria Astrid. *Les fêtes du Sud-Ouest : un patrimoine immatériel essentiel pour la préservation identitaire, qui favorise le développement de l'attractivité touristique des territoires, ainsi que la création de liens sociaux*. Toulouse : ISTHIA-Université Toulouse Jean-Jaurès, 2021, 134 p.
- Ceser Grand Est. *Le Patrimoine immatériel en région Grand Est, facteur de développement social et économiques dans nos territoires*, 2019, p. 1 à 37 [en ligne]. Disponible sur <https://e-ceser.grandest.fr/wp-content/uploads/2019/07/patrimoine-culturel-immateriel-rapport-et-avis-adoptes-1.pdf> (Consulté le 31/01/2022).
- Chédotel Frédérique. Avoir le sentiment de faire partie d'une équipe : de l'identification à la coopération. *Cairn.info*, 2004, vol. 7, p. 161 à 163 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-management-2004-3-page-161.htm> (Consulté le 06/03/2022).
- Chognon Lindsay. *L'attractivité touristique des territoires ruraux par la mise en valeur du patrimoine culturel immatériel. Le cas des contes et légendes en forêt de Brocéliande*. Toulouse : ISTHIA-Université Toulouse Jean-Jaurès, 2016, 139 p.

- Clergeau Cécile, Spindler Jacques. *L'immatériel touristique*. Paris : l'Harmattan, 2014, 303 p.
- Coëffé Vincent, Jean René Morice. Patrimoine sans limite ? La mondialisation du tourisme comme opérateur d'un « tout-patrimoine ». *Cairn.info*, 2017, vol. 81 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-l-information-geographique-2017-2-page-32.htm> (Consulté le 20/03/2022).
- Condevaux Aurélie. Pratiques touristiques et PCI. *3e Rencontre internationale du Patrimoine culturel immatériel en Bretagne*, 8 et 9 décembre 2016, [en ligne]. Disponible sur <http://bcd.bzh/becedia/fr/pratiques-touristiques-et-pci-lexemple-du-lakalaka-aux-iles-tonga-aurelie-condevaux>. (Consulté le 26/01/2022).
- Cornu Marie. A qui appartient le patrimoine culturel immatériel ?. *Open Edition Books*, 2012, quatrième partie [en ligne]. Disponible sur <https://books.openedition.org/editionsms/16369?lang=fr> (Consulté le 06/03/2022).
- Courbot Cécilia. De l'acculturation aux processus d'acculturation, de l'anthropologie à l'histoire. *Cairn.info*, 2001, no. 3, p. 121 à 129 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-hypotheses-2000-1-page-121.htm> (Consulté le 03/03/2022).

## D

- Deschamps Jacques, Guédo Sylvain, Lepeltier Antoine et al. Identité et territoire : figures de l'appartenance. *Cairn.info*, 2013, no. 2, p. 71 à 95 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-le-sujet-dans-la-cite-2013-1-page-71.htm> (Consulté le 03/03/2022).
- Duvignaud Jean, De Cuéllar Pérez, Le Scouarnec François-Pierre. *Le patrimoine Culturel Immatériel : les enjeux, les problématiques et les pratiques*. Arles : Actes SudParis : Maison des cultures du monde, 2004, 254 p.

## E

## F

- Falardeau Isabelle, Bourdeau Laurent et Marcotte Pascale. Innovation et authenticité en tourisme. Points de rencontre. *Open Edition Journals*, 2018, no. 37, 51 paragraphes [en

ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/teoros/3323> (Consulté le 02/03/2022).

- Fiche d'inventaire du Patrimoine culturel immatériel. *Les gestes des métiers d'Art verriers*, 2019, p. 1 à 29 [en ligne]. Disponible sur [https://www.institut-metiersdart.org/sites/default/files/les\\_gestes\\_des\\_metiers\\_dart\\_verriers.pdf](https://www.institut-metiersdart.org/sites/default/files/les_gestes_des_metiers_dart_verriers.pdf) (Consulté le 27/03/2022).
- Fiche d'inventaire du Patrimoine culturel immatériel. *Les savoir-faire du point de Lunéville et de la Broderie perlée et pailletée*, 2018, p. 1 à 13 [en ligne]. Disponible sur <file:///Users/angelinatrapy/Downloads/Les%20savoir-faire%20du%20point%20de%20Luneville%20et%20de%20la%20broderie%20perlee%20et%20pailletee.pdf> (Consulté le 27/03/2022).

## G

- Gellereau Michèle. Nous et les autres : les représentations des identités culturelles au service de nouveaux territoires ?. *Open Edition Journals*, 2003, no. 26, 27 paragraphes [en ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/edc/99> (Consulté le 01/03/2022).
- Grandjean Marie-Ange. Verre et savoir-faire en Lorraine. *Open Edition Journals*, 1988, no. 11, p. 85 à 93 [en ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/terrain/3315> (Consulté le 30/03/2022).
- Gravari-Barbas Maria, Graburn Nelson. Imaginaires touristiques. *Open Edition Journals*, 2012, no. 1, paragraphe 1 à 34 [en ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/viatourism/1178> (Consulté le 23/03/2022).
- Grillot Caroline. L'impact de la folklorisation dans l'expression identitaire : La fête de Guzang chez les Miao du Xijiang. *Open Edition Journals*, 2001, p. 69 à 86 [en ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/ateliers/8743> (Consulté le 20/03/2022).

## H

- Hannachi Amour. *Interculturalité, mise en valeur du patrimoine immatériel et tourisme : Le cas du fest-noz en Bretagne*. Mémoire de Master 1 Tourisme et Développement. Foix : Université de Toulouse II – Le Mirail, ISTHIA, 2014, 137 p.

- Heinich Nathalie. Chiara Bortolotto (ed.), Le Patrimoine culturel immatériel. Enjeux d'une nouvelle catégorie. *Open Edition Journals*, 2011, no 15, pages 227 à 229 [en ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/gradhiva/2412> (Consulté le 26/10/2021).
- Heiniger-Casteret Patricia. La participation des communautés. *3e Rencontre internationale du Patrimoine culturel immatériel en Bretagne*, 8 et 9 décembre 2016, [en ligne]. Disponible sur <https://soundcloud.com/bcd-sevenadur/patricia-heiniger-casteret>. (Consulté le 26/01/2021).
- Hottin Christian. Des formes de continuité du patrimoine ethnologique : ethnologie des territoires, ethnologie du patrimoine, patrimoine culturel immatériel. *Open Edition Journals*, 2017, no 33, 24 paragraphes [en ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/insitu/15469> (Consulté le 04/11/2021).
- Hottin Christian. L'ethnologie, un métier du patrimoine ? Réflexions autour de la question du patrimoine culturel immatériel. *Open Edition Journals*, 2016, no. 30, p. 1 à 20 [en ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/insitu/13633> (Consulté le 06/11/2021).
- Huerta-Nunez Adriana. Pour en lire plus : Touristes et habitants. Conflits, complémentarités et arrangements. *Open Edition Journals*, 2020, no. 39, 6 paragraphes [en ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/teoros/4356> (Consulté le 05/03/2022).

## I

- Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire. *Les fiches repères, pratiques culturelles et artistiques*, 2012, 4 p. [en ligne]. Disponible sur [https://injep.fr/wp-content/uploads/2018/09/fr19\\_culture.pdf](https://injep.fr/wp-content/uploads/2018/09/fr19_culture.pdf) (Consulté le 16/01/2022).

## J K L

## M

- Maguet Frédéric. L'image des communautés dans l'espace public. *Open Edition Books*, 2011, p. 47 à 73 [en ligne]. Disponible sur

<https://books.openedition.org/editionsmsmh/3555?lang=fr#authors> (Consulté le 05/03/2022).

- Mejia-Ayala Wladimir. Les problématiques et les enjeux de la mise en tourisme du PCI en Amazonie. *3e Rencontre internationale du Patrimoine culturel immatériel en Bretagne*, 8 et 9 décembre 2016, [en ligne]. Disponible sur <https://soundcloud.com/bcd-sevenadurio/wladimir-mejia-ayala>. (Consulté le 26/01/2022).
- Michel Franck. Hello Mister ! : quand les autochtones rencontrent les touristes en Indonésie. *Revue Histoire et Anthropologie*, 2002, no. 3, p. 475 à 487.
- Molina-Luque Fidel. Entre l'identité et l'identification : un problème complexe de la recherche sociologique dans le domaine de l'interculturalité. *Cairn.info*, 2002, no. 76, p. 59 à 70 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-societes-2002-2-page-59.htm> (Consulté le 06/03/2022).
- Monod-Becquelin Aurore. La tradition orale n'est plus ce qu'elle était. *Cairn.info*, 2005, no. 159, p. 25 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/magazine-sciences-humaines-2005-4-page-25.htm> (Consulté le 25/01/2022).
- Montargot Nathalie, Borg Xavier. Gestion touristique de sites culturels et relations entre parties prenantes : Le cas du pont du Gard. *Open Edition Journals*, 2017, no. 36, paragraphe 1 à 54 [en ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/teoros/3003?lang=en> (Consulté le 16/03/2022).
- Mounole Leire. *La valorisation du patrimoine culturel immatériel du Pays Basque : un enjeu certain de coopération transfrontalière et de tourisme culturel identitaire*. Toulouse : ISTHIA-Université Toulouse Jean-Jaurès, 2013.

## N

- Nations Unies. *Déclaration universelle des droits de l'homme*, 1948, 8 pages [en ligne]. Disponible sur <https://www.un.org/fr/about-us/universal-declaration-of-human-rights> (consulté le 04/12/2021).

## O

- Observatoire du tourisme Grand Est. *Chiffres clés du tourisme en Grand Est Édition 2020*, 2021, p. 1 à 43 [en ligne]. Disponible sur [https://api.art-grandest.fr/files/d117b06b/chiffres\\_cles\\_grand\\_est.pdf](https://api.art-grandest.fr/files/d117b06b/chiffres_cles_grand_est.pdf) (Consulté le 30/03/2022).

- Origet du Cluzeau Claude. *Le tourisme culturel : dynamique et prospective d'une passion durable*. Bruxelles : De Boeck Supérieur, 2013, 89 p.
- Origet du Cluzeau Claude, Tobelem Jean-Michel. *Culture, tourisme et développement. Les voies d'un rapprochement*. Paris : L'Harmattan, 2009, 271 p.

## P Q

## R

- Roche Nelly. *Un tourisme autrement, Étude de l'offre existante en matière de tourisme axé sur le patrimoine culturel immatériel dans une logique de tourisme responsable et de développement durable*. Toulouse : ISTHIA-Université Toulouse Jean-Jaurès, 2005, 135 p.

## S

- Sénat. *Patrimoine culturel immatériel*, 2021, 67 p. [en ligne]. Disponible sur <http://www.senat.fr/rap/r20-601/r20-6011.pdf> (Consulté le 12/01/2022).

## T

## U

- Unesco. *Convention pour la protection du Patrimoine Mondial, culturel et naturel*. 1972, 16 p. [en ligne]. Disponible sur <https://whc.unesco.org/archive/convention-fr.pdf> (Consulté le 04/12/2021).

## V

- Vergopoulos Hécate. *Open Edition Journals*, 2016, no. 10, 58 paragraphes [en ligne]. Disponible sur <https://journals.openedition.org/viatourism/1347#:~:text=Dans%20une%20second e%20acception%2C%20l,consommation%20pour%20l'action%20touristique> (Consulté le 01/03/2022).
- Vernières Michel. Le patrimoine : une ressource pour le développement. *Cairn.info*, 2015, no. 118, p. 7 à 20 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-techniques-financieres-et-developpement-2015-1-page-7.htm> (Consulté le 01/03/2022).

- Vinsonneau Geneviève. Le développement des notions de culture et d'identité : un itinéraire ambigu. *Cairn.info*, 2002, no. 14, p. 2 à 20 [en ligne]. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-carrefours-de-l-education-2002-2-page-2.htm> (Consulté le 02/03/2022).

## W

- Wahnich Stéphane. Enquêtes quantitatives et qualitatives, observation ethnographique, trois méthodes d'approche des publics. *Bulletin des bibliothèques de France*, 2006, no. 6, p. 8 à 12 [en ligne]. Disponible sur [https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-06-0008-002?em\\_x=22](https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-06-0008-002?em_x=22) (Consulté le 04/04/2022).

## X Y Z

## Table des annexes

---

ANNEXE A : GUIDE D'ENTRETIEN .....	<b>140</b>
ANNEXE B : ENTRETIEN EXPLORATOIRE AUPRES D'UNE ARTISANE EN LIEN AVEC LE SAVOIR-FAIRE VERRIER.....	<b>143</b>

## Annexe A : Guide d'entretien

“Bonjour, je m’appelle X, je suis étudiante en Master 1 Tourisme et Développement à l’Université de Toulouse Jean Jaurès, à Foix en Ariège. Je tiens, tout d’abord, à vous remercier du temps que vous accordez à mon travail universitaire. Cet entretien s’inscrit dans mon travail de recherche pour mon mémoire de Master 1 qui porte sur le patrimoine culturel immatériel et sur la place qu’il peut occuper au sein des communautés mais également sur le tourisme en lien avec ce patrimoine.

Pour faciliter la retranscription, êtes-vous d’accord que j’enregistre notre échange ? Sachant que votre nom ne sera pas divulgué et que votre témoignage sera anonymisé”.

### Présentation

1. Pouvez-vous vous présenter ?
  - *D’où êtes-vous originaire ?*
  - *Quelle est votre profession ?*
  - *Dans quelle région exercez-vous votre métier ?*
2. Quel lien entretenez-vous avec le savoir-faire du verre ?
  - *Depuis combien de temps travaillez-vous le verre ?*
  - *Avez-vous une spécialité ?*
  - *Que créez-vous ?*
  - *Est-ce que ce savoir-faire fait partie d’un héritage familial ?*

### Thème I : Connaissances du savoir-faire verrier

3. Connaissez-vous l’histoire du savoir-faire du verre ?
  - *Pourriez-vous m’en dire quelques mots ?*
4. Selon vos propres mots, comment définiriez-vous le savoir-faire de la verrerie ?
5. Quels sont les différents métiers qui entourent ce savoir-faire ?

6. Qu'est-ce qui vous plaît dans ce savoir-faire ?

## **Thème II : Le lien avec le savoir-faire**

7. Comment se passe l'apprentissage de ce savoir-faire ?

→ *Y a-t-il des spécialités sur lesquelles vous avez pu vous tourner durant cet apprentissage ?*

→ *Est-ce par une transmission de génération en génération, de maître à successeur, ou par un apprentissage scolaire que vous avez appris à le maîtriser ?*

→ *Êtes-vous, vous-même, maître/formatrice auprès de jeunes apprentis ?*

8. Combien d'années d'apprentissage cela demande avant de pouvoir proposer ses propres créations ?

9. Pour vous, le savoir-faire de la verrerie fait partie de votre identité et celle du territoire de la Lorraine ?

→ *Comment traduisez-vous cette identité ?*

→ *Si oui : Comment définiriez-vous ce savoir-faire sur votre territoire ? Êtes-vous nombreux à détenir les secrets de ce savoir-faire sur le territoire de la Lorraine ?*

→ *Si non : Pourquoi ?*

10. Vous est-il déjà arrivé de travailler en collaboration avec d'autres artisans verriers du territoire ?

→ *Si oui : dans quel cadre cela s'est présenté ?*

→ *Si non : est-ce que cela vous intéresserait ?*

## **Thème III : L'accueil des touristes**

11. Accueillez-vous du public ?

→ *Si oui : Est-ce une clientèle particulière (connaisseurs, familles ...) ? Proposez-vous des ateliers ou des activités en lien avec votre savoir-faire ? Pourquoi aimez-vous partager votre savoir-faire avec ces visiteurs ?*

- *Si non : pourquoi ?*
12. J'ai pu comprendre que vous proposez des stages de formation, pourriez-vous m'expliquer en quoi cela consiste ?
- *Ces stages sont à destination de qui ? Les proposez-vous à des touristes en passage dans la région ?*
- *Est-ce que vous en proposez de façon régulière ?*
13. Pour vous, qu'est-ce que le tourisme peut apporter en plus pour votre savoir-faire et le territoire de la Lorraine ?
- *Pour vous, y aurait-il des points à améliorer ou à proposer qui pourraient valoriser encore plus ce savoir-faire auprès du public ?*
- *Pensez-vous que le tourisme pourrait être un frein ?*
14. Selon vous, que recherchent les touristes lorsqu'ils découvrent votre savoir-faire ?
15. Lorsque vous le transmettez à ces visiteurs, qu'est-ce que vous souhaitez montrer ?
16. Travaillez-vous avec des professionnels du tourisme comme les Offices de Tourisme du territoire ou autres ?
- *Oui : est-ce que cela vous permet d'accueillir plus de touristes ?*
- *Non : pourquoi ?*
17. J'ai pris connaissance que 2023 serait placé sous l'année internationale du verre et que vous étiez référencé sur la page officielle de la Route du Verre qui soutient les artisans verriers et toute la communauté. Pour vous, qu'est-ce que cela représente ?
- *Pensez-vous que cela va valoriser le savoir-faire de la verrerie ?*
- *Êtes-vous nombreux à soutenir ces projets qui sont en train de se mettre en place ?*
- *Quel rôle pensez-vous jouer dans ces projets ?*
- *Pensez-vous que cela va permettre d'attirer plus de touristes et donc de gagner en visibilité ?*

## Annexe B : Entretien exploratoire auprès d'une artisane en lien avec le savoir-faire verrier

**Tout d'abord, est-ce que vous pouvez vous présenter ? Me dire d'où vous êtes originaire ? Quelle est profession et dans quelle région exercez-vous ?**

Oui ben moi je suis originaire de l'Alsace de X en Alsace. J'ai passé mon enfance et ma jeunesse à X en Côte-d'Or. Donc j'ai fait des études de droit et dans le domaine des assurances et j'y ai travaillé pendant 11 ans dans ce secteur-là, et au bout de 11 ans, ben je me suis reconvertie par le biais d'un congé individuel de formation. Donc je suis arrivé à X en 2003 où j'ai suivi ma formation au CERFAV. J'ai fait le CAP en 2004, je l'ai raté, je l'ai représenté en 2005, je l'ai eu. J'ai eu ne période de flottement jusqu'en 2007 ou je me suis retrouvée sans boulot quoi : j'ai travaillé ponctuellement pour l'Atelier X à X (Côte d'Or) qui faisait des chantiers de restauration sur la cathédrale de X donc, de temps en temps, j'allais bosser pour eux. Et puis, le 10 juillet 2017, j'ai ouvert mon atelier et cela fait 15 ans aujourd'hui.

**Du coup en lien avec le savoir-faire du verre, est-ce que vous avez une spécialité : par exemple votre propre signature ?**

Ben moi je travaille sur les techniques du Fusing, Thermoformage et je fais un peu de chalumeau. Je ne fais pas de vitrail comme durant mon CAP : il faudrait un atelier plus grand et faudrait être à deux. On a transformé le garage ici et je suis toujours chez moi en fait.

**D'accord, du coup est-ce que vous faites de la création ?**

Oui, oui : Art de la table, bijoux ... puisque par le chalumeau je fais des perles. Pour ce qui est de l'Art de la table, c'est des objets personnalisés aussi des cadeaux de départ que j'ai déjà fait pour des entreprises, cadeau de mariage pour les mairies aussi ...

**Est-ce que ce savoir-faire fait partie d'un héritage familial, par exemple à travers un proche ?**

Non, pas du tout. Mon mari n'est pas verrier, en fait. Pour faire simple, il est responsable en assurance qualité et il s'occupe de tout ce qui est hygiène et sécurité. Donc il bricole le verre, mais bon ... je lui ai initié, de temps en temps, quand j'ai un coup de bourre vers la fin de l'année,

il m'aide un petit peu il sait un peu y faire. Mais bon, plus on avance dans le temps, et moins je le sollicite. Il s'est un peu coupé le verre, mais plus on avance dans le temps et moins je le sollicite en fait.

**Du coup maintenant, j'ai quelques questions concernant un peu le savoir-faire du verre, parce que bon c'est quelque chose que je ne connais pas forcément. J'ai pu prendre connaissance, moi de mon côté, en effectuant des recherches. Mais du coup est-ce que vous pourriez me parler un peu de l'histoire du verre en Lorraine en quelques mots ?**

Quand j'ai fait ma formation, on a eu un petit peu d'histoire de l'art, mais je n'ai pas vraiment creusé en fait sur la partie technique quoi. Quand on est happé dans le fonctionnement d'une entreprise, on ne peut pas être partout. Il faudrait que je vous parle de l'histoire de la Cristallerie de Saint-Louis, celle de Portieux, et cetera. Mais il faudrait appeler X parce qu'en Argonne aussi il y a des verriers qui font de la généalogie : là je sais plus, mais il y a un cercle généalogique du verre en Argonne, donc en Meuse hein et ils effectuent des recherches. Je ne sais pas là ...

**En vous posant ma question différemment et avec vos propres mots, comment vous voyez le savoir-faire de la verrerie, comment vous le définiriez vraiment en tant qu'artisan ?**

Alors disons qu'il y a plusieurs techniques déjà verrière, donc elles sont diverses et variées : il y a le vitrail, tout ce qui est verre chaud, soufflage de verre et puis pâte de verre. Tous les travaux à froid. Cela étant, on est dans un domaine qui est vaste.

**D'accord, du coup qu'est-ce qui vous plaît dans le travail du verre ? Pourquoi avoir choisi cette voie ?**

À la base je faisais un petit peu de peinture sur verre, des émaux à froid, donc un loisir créatif. Moi ce qui me plaît, c'est le travail du verre par transparence. Quand vous regardez un vitrail, ce sont les différentes couleurs qui sont apportées par la transparence quand vous avez un rayon de soleil. Ce sont les couleurs en fait qui m'ont attiré, la matière, la possibilité de créer. Alors pourquoi le verre et la terre ? C'est la couleur par transparence, en fait, qui m'attirait beaucoup. Et ce qui est intéressant dans la formation CERFAV, c'est qu'on est initié surtout sur les techniques du verre quand on arrive : les trois premiers mois, j'ai fait du soufflage de verre, de la pâte de verre, j'ai travaillé au parachèvement bien sûr, ce qui m'a fait évoluer sur la technique

du thermoformage et du fusing quoi. Si j'étais resté sur le vitrail, je n'aurais pas fait la connaissance de cette technique-là, ou alors en autodidacte. Le fait d'avoir travaillé d'autres matières à travers la formation m'a fait évoluer et je me suis dit que c'était plus à ma hauteur comme j'ai un petit atelier.

**Je comprends, et du coup par rapport au lien avec ce savoir-faire, comment se passe l'apprentissage ?**

Bah ça dépend, ça dépend quelles options vous prenez. Alors selon les différentes filières, si vous voulez les gens viennent soit par l'apprentissage donc il rentre dans des ateliers, soit parce qu'ils sont passionnés pour la matière. Il y a des successions aussi, hein et il y a des gens, comment dire, qui viennent comme moi en reconversion ou qui ont fait des études d'arts appliqués comme les Beaux-Arts, etc. qui sont là deux ans et qui sont boursiers de la région. Donc là, ils viennent par des bourses : ils sont sélectionnés par l'école.

**Et cela vous a demandé combien d'années d'apprentissage en tout avant d'ouvrir votre boutique ?**

Il faut compter au moins deux ans de formation. Moi, ma formation, elle était sur un an et au bout d'un an j'ai loupé le CAP donc ça voulait dire que ce n'était pas suffisant. Et les maîtres verriers disent qu'il faut au moins deux ans voir trois ans en obtenant au moins le CAP.

Ce que j'ai fait, moi, c'est que je suis retourné en stage. À l'époque, c'était la société d'encouragement des métiers d'art. J'ai fait un stage chez le maître verrier chez qui je faisais toujours des stages pendant que j'étais à l'école parce quand on est en formation là, sur dix mois, il y a trois stages de deux semaines à faire à entreprise. J'avais un maître-verrier, en Côte d'Or qui me prenait en stage et après je suis retourné six mois chez lui où j'ai travaillé comme les autres salariés. Je faisais de la coupe de verre, du montage en plomb ... Voilà, donc ça m'a permis de me perfectionner, ça m'a donné un coup de pouce pour réussir le CAP.

Mais il faut compter au moins deux ans de formation. Quel que soit le statut, c'est vrai que passé un cap en un an c'est un peu juste. Et puis pour avoir la bonne maîtrise du geste, il faut compter dix ans.

**Ah oui, c'est un très gros apprentissage. Pour vous du coup, le savoir-faire donc de la verrerie fait quand même partie de l'identité du territoire de la Lorraine ? Est-ce qu'il y a beaucoup d'artisans verriers ?**

Je ne sais pas combien on est, j'avais compté à peu près en Meurthe-et-Moselle, enfin toute activité confondue avec les miroiteries parce qu'elles font quand même, parfois, de la verrerie artistique ... J'avais compté qu'on était, à peu près, 25. Après sur toute la Lorraine je ne sais pas. Je vous recommande d'aller sur le site X. Il y a toutes les techniques donc si vous voulez recenser les ateliers, c'est le bon outil.

Oui, après les Lorrains, ils sont sensibles au travail du verre, ça c'est clair que je discutais avec une personne chez qui j'achetais du verre qui prenait sa retraite, qui avait un atelier comme moi et la personne là elle est à Châlons-en-Champagne juste à côté. Elle m'a fait la remarque : « *Ah bah oui, vous avez quand même plus de facilité vous pour vendre* ». Apparemment, elle ramait quand même pour avoir des clients et elle me dit : « *je me suis rendu compte que ben ici le verre, les gens ils ne s'intéressent pas et en Lorraine les gens sont plus sensibles* » et c'est fort possible en Lorraine et puis en Alsace aussi. Parce que moi je suis d'origine alsacienne, j'ai eu l'occasion, de par mon point de chute en Alsace parce que ma mère habite là-bas, de faire une exposition, j'ai fait le marché de Noël de X l'année dernière et les gens aiment bien le verre aussi. Donc les gens connaissent bien après c'est limitrophe, mais en Alsace on en a aussi et puis l'Art Nouveau a un petit peu débordé au niveau du vitrail, aussi : si vous vous promenez à Colmar y a des vitraux ...

**Je voulais également vous poser la question, est-ce que ça vous est déjà arrivé de collaborer avec d'autres artisans verriers sur le territoire ? Par exemple en proposant des ateliers en commun.**

Non, non, c'est ce que je reproche ici, même avec le X qui est à cinq minutes à pied de chez moi et mon mari qui y travaille, c'est difficile. Ça, c'est mon grand regret qu'ici ce soit chacun pour soi. C'est un grand problème ici et c'est ce que je reproche aux Lorrains, c'est de ne pas assez s'unir ... Je vois en Alsace c'est différent. Si, là où je collabore, en ce moment, c'est avec une céramiste pour faire un service de table. C'est une personne qui est d'origine Lorraine, mais elle a pas mal bourlingué dans sa jeunesse, comme moi, et donc il y a quand même une certaine ouverture, mais c'est ce que je déplore ici c'est chacun dans son coin quoi, il n'y a pas d'ouverture. Il manque un dynamisme que je retrouve davantage en Alsace.

Après il y a le politique qui entre en jeu, c'est ça le problème. Bon si, il y a eu une époque, moi j'ai moins connu antérieur à 15 ans, ça fait 15 ans que je suis là : la fête du feu, qui regroupait les arts du feu. C'est une fête qui avait vraiment, quand même, un gros succès : on en parle encore. Oui, parce qu'en fait, on avait le X qui habitait et c'était une sacrée locomotive. Si, aujourd'hui, X s'est fait une place dans le monde du verre (quoiqu'on ne soit pas les plus connus sur la Lorraine), c'est grâce à lui quoi s'il y a eu la création du centre de formation. Mais depuis qu'il est plus là, bah ici il y a plus la fête du feu. Moi j'ai essayé de ramener des idées, au niveau de la commune : « *il faudrait quand même qu'on reprenne quelque chose au moins ? Un marché d'art verrier ? ...* » ... ça fait des années que j'attends, mais on a récupéré une municipalité qui nous aide peu : le verre, ce n'est pas leur truc quoi et c'est bien dommage. Ça pourrait être mis davantage en avant, mais il n'y a pas vraiment la volonté municipale.

**D'accord, si vous le voulez bien, nous allons passer sur une partie en lien avec le tourisme. Déjà, est-ce que vous accueillez du public ?**

Oui.

**Est-ce que c'est une clientèle particulière ? Par exemple, est-ce que c'est une clientèle plutôt familiale ou des personnes qui sont connaisseuses de ce savoir-faire-là ?**

On a de tout : on a des touristes qui passent par la Lorraine. Faut savoir qu'ici ce n'est pas une terre touristique, c'est une terre où on passe hein : on reste 24h. La région où on va passer des vacances en Lorraine ce sont Les Vosges ou le Massif Vosgiens. Et donc là où se trouve tout ce qui est verrerie et cristallerie, on y passe c'est tout.

Oui ce sont des touristes, ce sont les familles beaucoup : des familles qui se promènent. En fait quand c'est ouvert, c'est souvent la semaine des gens retraités : on les voit au milieu de la semaine, ce sont des gens du coin. Et puis, souvent le dimanche après-midi, ce sont des gens de Nancy quoi.

**Ah oui, donc ce sont quand même des gens proches du territoire ?**

Oui ce sont des gens du territoire et puis ceux qui viennent, ce sont des gens qui, bon en 15 ans, je me suis fait quand même connaître. Bien sûr, je me suis fait une clientèle et j'ai fait du réseau parce que je ne suis pas d'ici et bon, quand même, ce sont des touristes locaux et ce sont des familles.

**D'accord, après, est-ce que vous proposez des ateliers ou des activités qui sont en lien avec votre savoir-faire ?**

Oui, des stages d'initiations, ce sont des stages qui durent 3h00 : c'est la technique du fusing. Trois heures, pas la peine de faire plus parce que c'est fatiguant, on est debout donc les gens peuvent créer quelques pièces quoi (vide-poche, assiettes, petits bijoux ...). Les gens, je ne leur demande pas de couper le verre parce que je ne veux pas les dégoûter, c'est difficile donc ils font plus de l'assemblage avec des poudres, d'autres éléments faciles ... qu'on peut utiliser sans trop de contraintes techniques, de savoir-faire. On essaye un petit peu de le rendre ludique parce que quand on rentre dans la technique, c'est difficile à maîtriser : moi, je ne veux pas les dégoûter.

**Mais du coup ce sont plus des locaux qui vont venir faire ces stages de formation ?**

Ah oui, c'est que des locaux. J'ai vu, en 15 ans, une Belge et puis des gens des Ardennes. L'année dernière, j'avais quelqu'un du Doubs, ou alors ça peut être des gens extérieurs qui ont de la famille ici. Mais du coup on va dire que je n'ai pas des gens qui viennent de Paris. Et puis en plus après il faut venir rechercher les pièces, donc c'est vraiment que des locaux principalement très peu de touristes de passage.

**Et du coup, pourquoi aimez-vous partager votre savoir-faire à travers ces stages ?**

Disons que ça crée une dynamique déjà dans notre village verrier. Et puis, j'aime bien le contact avec les gens parce que j'étais dans le commercial et je suis quelqu'un qui est dans le partage tout le temps. C'est lié à ma nature.

**Et du coup est-ce que vous en proposez de façon régulière ?**

Bah oui, c'est toute l'année et c'est quand les gens sont disponibles, on croise nos calendriers, voilà. C'est à dire quand je suis disponible, mais la personne aussi quoi. C'est pas des dates figées, c'est tout le temps.

**Et il me reste encore quelques questions, pour vous, qu'est-ce que le tourisme peut apporter en plus à votre savoir-faire et au territoire de la Lorraine ?**

Déjà, le tourisme nous ramène des clients, il faut un peu voir l'aspect financier et économique hein parce qu'on fait des ventes pour vivre, pour payer nos factures et manger, c'est sûr. Il ne

faut pas se voiler la face : le tourisme amène des acheteurs qui nous permettent de vivre, c'est déjà ça.

**Et est-ce que vous pensez quand même qu'il y a des points à améliorer ou à proposer qui pourraient valoriser encore plus votre savoir-faire auprès du public ?**

Des points améliorés ben oui, parce qu'on a un sacré problème ici quand même. Si vous voulez, vous êtes peut-être au courant, mais les offices de tourisme maintenant ont été repris par les communautés de communes. Bon avant moi, j'étais adhérente quand même dans des offices de tourisme où il y avait une présence physique comme à X qui est dans la X et puis la ville de X. Mais aujourd'hui, je suis du pays de X au niveau du tourisme. Aujourd'hui on a mis des frontières, alors comme je suis dans la Meurthe-et-Moselle, X ben mes flyers sont repartis en haut des présentoirs. Tout a été récupéré donc la ville de X : les boucles de la Moselle, la cathédrale, les vigneronns ... Et puis bah après X, pour l'instant, la Communauté de communes ne se manifeste pas beaucoup.

Néanmoins, j'ai quand même de la sympathie réciproque pour l'Office de Tourisme de X qui me fait travailler un petit peu parce qu'ils me font des commandes : ils m'achètent des objets et les revendent. En toute logique, avec l'histoire des communautés de communes qui ont repris la gestion, ben nous on est un peu éjecté de partout. La communauté de communes qu'on a n'a pas d'Office de Tourisme, mais il y a quelqu'un au tourisme, mais qui n'est jamais venu dans mon atelier. La Communauté de communes de X va plutôt soutenir les établissements publics comme le X qui reçoivent des subventions, mais les petits artisans ... je ne ressens pas leur volonté de travailler avec des petits artisans comme moi. Il y a des familles à côté dans le village, c'est parce qu'elles ont été installées dans une maison qui appartient à la Communauté de communes. En fait, eux, ils vont soutenir les gens qui vont financer, mais les autres, même s'il paye des impôts locaux, on les connaît pas quoi. Tandis que ce qui était bien quand même avec l'Office du tourisme de X ou X, c'est quand même, qu'ils nous envoyaient du monde.

**Mais du coup, de ce que j'ai compris, vous faites quand même de la vente auprès des offices du tourisme, vous avez des flyers et tout ça ?**

À X oui.

**Très bien, et selon vous, est-ce que le tourisme peut être un frein sur le territoire ou pour le savoir-faire, par exemple ?**

Ah non. Ah non, non, non. C'est un outil de développement. Ah non ce n'est pas un frein le tourisme, au contraire, ça fait la promotion de la région. Ça permet de nous vendre et de vendre des produits. Le tourisme n'est pas un frein, c'est vraiment le développement d'un territoire, ça fait partie d'un développement du territoire, à mon avis hein. L'Alsace l'a bien compris depuis longtemps, je peux vous dire. C'est une belle région et ils font pour le tourisme, oui. Le tourisme n'est pas un frein c'est l'inverse.

**D'accord, alors du coup, selon vous, que recherchent les touristes lorsqu'ils découvrent votre savoir-faire ?**

Disons qu'il recherche un savoir-faire qui n'est pas forcément dans sa région.

**Très bien et lorsque vous le transmettez à ses visiteurs, qu'est-ce que vous souhaitez montrer à travers votre savoir-faire ?**

L'importance du travail de ses mains aujourd'hui parce que ce n'est pas toujours valorisé. À certaines périodes, celui qui travaillait de ses mains, je ne vais pas dire que c'était un idiot, mais ce n'était pas très gratifiant. Donc ce n'est pas parce qu'on travaille de ses mains qu'on est bête hein. On peut réussir et on peut répondre à des demandes particulières.

**Selon vous l'objectif est vraiment de pouvoir, en fait, s'adapter à n'importe quelle demande et pouvoir montrer son savoir-faire, son savoir, mais également son savoir-être ?**

Oui, tout à fait.

**Et du coup vous disiez, tout à l'heure, que vous travaillez avec les offices de tourisme. Et est-ce que cela vous permet d'accueillir plus de touristes, vous pensez ?**

Je ne suis pas certaine. Il faudrait se projeter sur plusieurs mois pour le dire. Après, jusqu'à présent non. Et puis, je vais vous dire, aujourd'hui il y a d'autres outils pour faire venir les gens : Internet. Je vais vous raconter une anecdote, il y a une dame un jour, elle est rentrée dans l'Office du tourisme de X. Bon, elle a visité la cathédrale puis il lui restait du temps et elle voulait savoir

ce qu'on pouvait visiter dans la région. Elle a poireauté parce qu'il n'y avait personne pour la recevoir : elle a pris son téléphone portable, elle a pianoté et elle m'a trouvé par Internet.

**J'ai pris connaissance du coup que 2022 et 2023 seraient l'année internationale du verre et du coup ça soutient les artisans verriers, toute la communauté donc autour de ce savoir-faire ... Pour vous, qu'est-ce que cela représente ?**

Disons qu'on en revient aux touristes. Ben le but c'est une reconnaissance de nos métiers, de notre matière au niveau international : on n'est pas les seuls à travailler le verre en Lorraine même en France : les Italiens, qui sont même parfois plus en avance sur certaines techniques. Je vois des choses de verrier que je ne vois pas en France.

Moi je me suis inscrite pour me rapprocher aussi de la X : ils ont mis au point un annuaire qui s'appelle la route du Verre ... Ben je vais profiter de ça pour faire ma pub en fait, faut le dire. Ben voilà, je me suis dit profite, c'est gratuit et du coup j'ai tendu ma publicité au moins pour l'année 2022, pour faire venir des gens quoi.

**D'accord et est-ce que vous êtes du coup nombreux à soutenir ce projet-là ?**

Oui, oui, je pense.

**Et du coup, je voulais également vous demander : lors de notre prise de contact, vous m'avez dit que c'était la Journée européenne des métiers d'art en ce moment, c'est ça ? Est-ce que vous pourriez m'en dire un petit peu plus ?**

Ce sont des portes ouvertes, ça a été créé dans les années 1980 par le ministère de la Culture et ça permet de mettre en avant les métiers d'art et de permettre à des ateliers qui n'ouvrent jamais leurs portes, d'accueillir du public. Et puis il y a différentes manifestations, des regroupements. Bah je vois moi, je suis déjà allé à X parce que la mairie de X organise une exposition avec des artisans d'art donc, pour ceux qui ne veulent pas forcément ouvrir leur atelier, ils peuvent aussi montrer leur savoir-faire à l'extérieur.

Au niveau du Grand Est, moi je vous dis à ce niveau-là ce que je vois surtout pour les métiers d'Art sur le Grand Est et la Lorraine. On a des centres de formation qui ouvrent leurs portes, ils font des animations : ici il y a le X et il y a le X pour tout ce qui est poterie par exemple. Il y a des lycées aussi. Enfin, l'école de X en Haute-Marne ; tout ce qui est broderie, et cetera quoi ; tout ce qui est tapisseries, meubles d'ébénisterie. C'est partout en France et même apparemment

autour, on déborde. Et du coup, ça commence là cette semaine. Mais comme je ne vois pas grand monde d'habitude, je m'inscris pour le week-end, en général. Cette année je n'expose pas à l'extérieur, je reste à mon atelier. Ça fait quand même deux années de suite que c'est annulé avec le COVID et comment dire, je me suis inscrite aussi pour la semaine comme on est quand même dans une période difficile, donc je fais une piqûre de rappel et je profite de leur pub, ça me coûte pas grand-chose ou rien du tout même. Je remets mes horaires d'ouverture de la semaine et je dis que je fais porte ouverte alors que j'y suis déjà là tous les jours. Bon, au moins, je suis à nouveau dans les guides qui sont édités pour l'occasion. Mais je pense que le prix du carburant en ce moment c'est compliqué donc on aura plus de monde le week-end prochain.

**Eh bien, écoutez, je pense avoir toutes les réponses à mes questions, je vous remercie infiniment du temps que vous avez pu m'accorder durant cet entretien. Je vous souhaite une excellente journée, au revoir.**

## Lexique du savoir-faire de la verrerie

---

- Arche de recuisson : « *sorte de four-tunnel de recuit où les verres et plus généralement les pièces de verrerie effectuent sur un tapis roulant un voyage de plusieurs heures de refroidissement progressif. Ce voyage est destiné à éviter les tensions internes dues à la différence de refroidissement des parties plus ou moins épaisses de chaque pièce. L'absence de recuisson entraînerait, tôt ou tard, l'éclatement des pièces* »<sup>79</sup>.
- Banc du verrier : « *banc, en fer ou en bois, munis de bras en fer appelés « bardelles », sur lesquels la canne ou le pontil sont placés à l'horizontale pour pouvoir être roulés d'avant en arrière pendant le travail à chaud* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 14).
- Canne creuse ou canne à souffler : « *en fer ou en acier inox ; à l'une de ses extrémités est fixé un cône en acier réfractaire appelé « mors », partie qui cueille le verre* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 14).
- Chalumeau : « *à partir d'une source de gaz sous pression, le chalumeau produit et dirige une flamme à la température élevée. Il est fixé à la table de travail afin de libérer les mains du verrier* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 14).
- Chef de place : « *Réalise, à l'unité ou en petite série, à froid ou à chaud, des pièces décoratives ou utilitaires en verre à partir de pâte en fusion, poudre, plaque, baguette ...* »<sup>80</sup>. Le plus souvent le chef de place est celui qui transmet son savoir-faire.
- Cueilleur : « *La tâche du cueilleur consiste à « cueillir » du cristal en fusion au bout d'une perche, à en faire une boule, à la débarrasser manuellement des bulles d'air et des impuretés et à l'amener au poste de presse ou de soufflage où elle sera mise en forme* »<sup>81</sup>.
- Émaux : « *Matière fondante composée de différents minéraux, rendue très dure par l'action de la chaleur, destinée à recouvrir par la fusion, le métal, la céramique, la faïence, la porcelaine à des fins de protection ou de décoration, et en prenant alors des couleurs inaltérables* »<sup>82</sup>.
- Ferret : « *tige pleine en métal qui permet de cueillir du verre en vue d'apports de verre pour façonner des éléments tels que jambes, anses, pieds...* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 14).

---

<sup>79</sup> Université Lyon 2. *Glossaire du verre* [en ligne]. Disponible sur [http://theses.univ-lyon2.fr/documents/getpart.php?id=lyon2.2000.picoche\\_p&part=29648](http://theses.univ-lyon2.fr/documents/getpart.php?id=lyon2.2000.picoche_p&part=29648) (Consulté le 01/04/2022).

<sup>80</sup> Recrut. Chef de place verrier [en ligne]. Disponible sur [https://www.recrut.com/metier/Chef\\_de\\_place\\_verrier\\_726](https://www.recrut.com/metier/Chef_de_place_verrier_726) (Consulté le 01/04/2022).

<sup>81</sup> Bossons Futé. *Verrier cueilleur de verre*, 2003 [en ligne]. Disponible sur [http://www.bossons-fute.fr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=448:fiche0220&catid=2&Itemid=3](http://www.bossons-fute.fr/index.php?option=com_content&view=article&id=448:fiche0220&catid=2&Itemid=3) (Consulté le 01/04/2022).

<sup>82</sup> CNRTL. *Émaux* [en ligne]. Disponible sur <https://www.cnrtl.fr/definition/%C3%A9maux> (Consulté le 01/04/2022).

- Fers : « *pincés en métal de différentes formes (à jambe ronde, à jambe coupante, plats), qui servent à trancher le verre, ouvrir la paraison...* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 14).
- Four à bassin : « *type de four inventé à la fin du XIXe siècle, qui a progressivement remplacé le four à pots. Il fonctionne au gaz, au fioul ou à l'électricité et comprend une grande cuve en matériau réfractaire* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 14).
- Four à pots : « *enceinte réfractaire chauffée au bois, au gaz ou au fioul, dans laquelle sont placés des pots qui contiennent différentes compositions de verre. Il existe aussi des fours à pot unique, plus petits* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 14).
- Fusing : « *Le fusing a pour objectif **d'assembler plusieurs morceaux de verre superposés** pour qu'ils puissent ne former qu'une seule pièce, grâce à **une cuisson** très précise. Ils sont portés dans un four à leur **point de fusion** pour former une seule pièce homogène* »<sup>83</sup>
- Gamin mécanique : « *il permet au verrier de contrôler l'ouverture et la fermeture du moule avec une pédale* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 14).
- Graphite : « *en verrerie scientifique, pour mettre en forme le verre, des outils sur-mesure peuvent être fabriqués en graphite, matière qui ne laisse aucun résidu sur le verre* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 15).
- Marbre : « *table en acier lisse (dont le plateau était autrefois fabriqué en marbre), sur laquelle le verrier roule sa paraison* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 15).
- Mailloche : « *sorte de louche, forme creusée dans du bois et disposant d'un manche. La mailloche peut aussi être fabriquée en acier farté* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 15).
- Meule : « *disque fixé sur un axe qui permet d'abraser le verre. Il en existe de différentes sortes. Le tailleur sélectionne le matériau et le niveau de dureté de la meule en fonction du travail à effectuer* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 15).
- Mouillette : « *constituée de papier journal replié et mouillé. Le verrier l'utilise en la plaçant dans la paume de sa main* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 15).
- Moule : « *de différentes formes, ils sont souvent en bois, en graphite ou en métal, avec un intérieur lisse ou agrémenté de motifs, et sont formés de plusieurs pièces à charnières. Il en existe deux types. Le premier type de moule s'utilise farté et humide ; on y fait tourner la paraison. Les moules dits « soufflés fixes » sont quant à eux utilisés pour des pièces à décors ou pour des formes ne permettant pas la rotation ; il faut les préchauffer à l'aide d'un ou plusieurs chalumeaux.* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 15).

---

<sup>83</sup> ArtisanArt. *Pas à pas : la technique du fusing* [en ligne]. Disponible sur <https://www.artisanart.com/fr/blog/technique-fusing-verre-fusionne-art-verrier-artisanat-art> (Consulté le 05/04/2022).

- Palette : « *outil à manche, en bois ou en graphite, utilisé pendant le travail à chaud. Elle permet d'aplatir le fond ou une face de l'objet en cours de fabrication* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 15).
- Pincette : « *outil en métal qui permet d'étirer et de façonner le verre chaud* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 15).
- Pontil : « *tige de fer ou d'acier, plein ou creuse. Il permet de fixer la pièce en cours de fabrication par le fond afin de la détacher de la canne à souffler* » (Fiche d'inventaire, 2019, page 14).
- Porteur à l'arche : « *ouvrier chargé de transporter le verre terminé à l'arche de recuisson* »<sup>84</sup>.
- Poseur d'anse (de jambes ou de pieds) : « *à partir de la matière que lui apporte le cueilleur, à la réalisation de la jambe ou du pied du verre à l'aide d'une pincette ou d'une palette en bois* »<sup>85</sup>.
- Souffleur : « *Le souffleur de verre cueille dans un four une boule de verre à l'aide d'une canne d'acier creuse qu'il utilise comme une paille. Il ôte les impuretés puis répartit l'épaisseur du verre en la faisant rouler dans un moule en bois. Il souffle dans la canne en la tournant pour faire gonfler le verre et lui donner une forme. Il effectue les finitions avec une pince et des ciseaux* »<sup>86</sup>.
- Thermoformage : « Cette technique est utilisée pour donner une forme, un relief ou une texture à un verre plat. Le ramollissement permet à la feuille d'épouser la forme et la texture d'un moule ou d'une matière support »<sup>87</sup>.

---

<sup>84</sup> Université Lyon 2. *Glossaire du verre* [en ligne]. Disponible sur [http://theses.univ-lyon2.fr/documents/getpart.php?id=lyon2.2000.picoche\\_p&part=29648](http://theses.univ-lyon2.fr/documents/getpart.php?id=lyon2.2000.picoche_p&part=29648) (Consulté le 01/04/2022).

<sup>85</sup> Institut national métiers d'art. *Verrier à la main* [en ligne]. Disponible sur <https://www.institut-metiersdart.org/metiers-art/fiches-metiers/verre-et-cristal/verrier-a-la-main> (Consulté le 01/04/2022).

<sup>86</sup> Oriane. *Souffleur de verre* [en ligne]. Disponible sur <https://www.oriane.info/metier/souffleuse-de-verre-/219> (Consulté le 01/04/2022).

<sup>87</sup> Infovitrail. *Le thermoformage du verre* [en ligne]. Disponible sur <https://infovitrail.com/index.php/fr/le-thermoformage-du-verre> (Consulté le 05/04/2022).

## Table des figures

---

FIGURE 1 : LES ACTEURS DU PATRIMOINE CULTUREL IMMATERIEL POUR SA MISE EN ŒUVRE ET SA SAUVEGARDE EN FRANCE ET A L'INTERNATIONAL	<b><u>33</u></b>
FIGURE 2 : LA ROUE EXPERIENTIELLE, LES CINQ CRITERES POUR UN TOURISME EN ACCORD AVEC L'EXPERIENCE	<b><u>44</u></b>
FIGURE 3 : REPARTITION GEOGRAPHIQUE DES PRATIQUES INSCRITES A L'INVENTAIRE NATIONAL DU PATRIMOINE CULTUREL IMMATERIEL	<b><u>63</u></b>
FIGURE 4 : REGION GRAND EST ET SON ZOOM SUR L'ANCIENNE REGION DE LA LORRAINE	<b><u>84</u></b>
FIGURE 5 : ATTRAITs NATURELS, CULTURELS ET PATRIMONIAUX SUR LA REGION GRAND EST	<b><u>88</u></b>
FIGURE 6 : COMPARATIFS POIDS TOURISTIQUES CONCERNANT LES DEPENSES ET LES NUITÉES SUR LE TERRITOIRE DE LA LORRAINE	<b><u>89</u></b>
FIGURE 7 : PARCOURS DE LA ROUTE DU VERRE ET DU CRISTAL	<b><u>93</u></b>
FIGURE 8 : MAILLOCHAGE	<b><u>101</u></b>
FIGURE 9 : SOUFFLAGE	<b><u>101</u></b>
FIGURE 10 : AJOUT APRES LA MISE EN PONTIL	<b><u>101</u></b>
FIGURE 11 : TECHNIQUE DU VERRE FILE AU CHALUMEAU	<b><u>102</u></b>
FIGURE 12 : TECHNIQUE DU VERRE SOUFFLE AU CHALUMEAU	<b><u>102</u></b>

FIGURE 13 : ÉTAPE DU COMPASSAGE, UNE DES TECHNIQUES DU TRAVAIL A FROID.....**102**

FIGURE 14 : TECHNIQUE DES DECORS PEINTS ET DE LA DORURE A FROID.**103**

FIGURE 15 : ÉVALUATION DE L'OBSERVATION TOURISTIQUE POUR ETABLIR LA BONNE METHODOLOGIE D'ENQUETE A METTRE EN PLACE.....**106**

FIGURE 16 : EXEMPLE DE MISE EN PRATIQUE SUR UN LOGICIEL NUMERIQUE POUR LA CREATION D'UN PROTOTYPE DE VERRE.....**126**

## Table des tableaux

---

TABLEAU 1 : CHIFFRES CLES EN LORRAINE .....	<b>85</b>
TABLEAU 2 : EXEMPLE D'OUTILS DE COLLECTE POUVANT ETRE MIS EN PLACE DURANT UNE DEMARCHE QUALITATIVE.....	<b>108</b>
TABLEAU 3 : GUIDE D'ENTRETIEN QUALITATIF QUI REpond A NOS HYPOTHESES EN FONCTION DE L'ENTRETENU .....	<b>117</b>
TABLEAU 4 : EXEMPLE DE QUESTIONS POUR LA MISE EN PLACE D'UN QUESTIONNAIRE.....	<b>119</b>

## Table des matières

---

<b>REMERCIEMENTS.....</b>	<b>3</b>
<b>SOMMAIRE.....</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCTION GENERALE .....</b>	<b>9</b>
<b><u>PARTIE I : CULTURE ET TOURISME : LE PHÉNOMÈNE TOURISTIQUE AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DU PATRIMOINE ? .....</u></b>	<b><u>12</u></b>
<b><u>INTRODUCTION DE LA PARTIE I.....</u></b>	<b><u>13</u></b>
<b><u>CHAPITRE I - LE LIEN ENTRE CULTURE ET TOURISME : UNE RELATION A LA FOIS COMMUNE ET COMPLIQUEE .....</u></b>	<b><u>15</u></b>
<b>1. QU'EST-CE QUE LA CULTURE ? .....</b>	<b>15</b>
1.1. LA DEFINITION DE LA CULTURE .....	15
1.2. UNE CULTURE QUI SE CARACTERISE PAR DES ACTEURS DIVERSIFIES.....	16
1.3. LES FONDEMENTS ESSENTIELS A LA CULTURE .....	17
<b>2. CETTE CULTURE FAIT FACE A DE NOMBREUX ENJEUX.....</b>	<b>18</b>
2.1. LA CULTURE COMME AFFIRMATION DE SON IDENTITE CULTURELLE.....	18
2.2. UNE ACCULTURATION DE PLUS EN PLUS PRESENTE DANS NOS SOCIETES.....	19
2.3. LE TOURISME AU SERVICE DE LA CULTURE ? .....	20
<b>3. QU'EST-CE QUE LE TOURISME CULTUREL ? .....</b>	<b>21</b>
3.1. SA DEFINITION .....	21
3.2. LA CULTURE NE PEUT PLUS VIVRE SANS TOURISME ET LE TOURISME SANS CULTURE .....	22
3.3. LA CULTURE SE DECLINE PAR LE PHENOMENE DE PATRIMONIALISATION.....	23
<b><u>CHAPITRE II - LE PATRIMOINE ET LA PATRIMONIALISATION : DES PHENOMENES QUI S'INSCRIVENT DANS L'EVOLUTION DE LA CULTURE .....</u></b>	<b><u>24</u></b>

<b>1. QU'EST-CE QUE LE PATRIMOINE ?</b> .....	<b>24</b>
1.1. SA DEFINITION .....	24
1.2. LA PLACE DU PATRIMOINE DANS NOS SOCIETES .....	25
1.3. L'INTEGRATION DU PATRIMOINE DANS LE TOURISME.....	26
<b>2. LE PATRIMOINE MATERIEL ET IMMATERIEL : UNE MISE EN COMMUN NECESSAIRE POUR RECONNAITRE LES PRATIQUES ET LES SAVOIR-FAIRE</b> .....	<b>27</b>
2.1. QUEL LIEN EXISTE ENTRE LE PATRIMOINE MATERIEL ET IMMATERIEL ? .....	27
2.2. LA CONVENTION DE 2003 : UN NOUVEAU TOURNANT ? .....	29
2.3. UNE NOUVELLE FAÇON D'ENVISAGER LE PATRIMOINE ? .....	30
<b>3. LA PATRIMONIALISATION DU PATRIMOINE CULTUREL IMMATERIEL</b> .....	<b>31</b>
3.1. UN TRAVAIL DE CONSTRUCTION ET DE MISE EN RESEAU DE PLUSIEURS EXPERTS.....	31
3.2. ATTEINDRE L'OBJECTIF DU PATRIMOINE PARTICIPATIF.....	33
3.3. LA LEGITIMITE DU PATRIMOINE CULTUREL IMMATERIEL : DES AVIS CONTRASTES.....	34
<b><u>CHAPITRE III - LA PLACE DU TOURISME DANS LE PROCESSUS DE DEVELOPPEMENT DU PATRIMOINE</u></b> .....	<b><u>37</u></b>
<b>1. LE TOURISME COMME FACTEUR DE DEVELOPPEMENT TERRITORIAL</b> .....	<b>37</b>
1.1. UNE CONCURRENCE DE PLUS EN PLUS IMPORTANTE ENTRE TERRITOIRES .....	37
1.2. UN TOURISME MULTIDISCIPLINAIRE QUI ENTRAINE DES MODIFICATIONS SOCIALES, ECONOMIQUES ET ENVIRONNEMENTALES .....	38
1.3. LE TOURISME COMME GAGE DE DURABILITE ?.....	40
<b>2. L'ADAPTATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE FACE AU PHENOMENE DE PATRIMONIALISATION</b> .....	<b>41</b>
2.1. LE TOURISTE A DE PLUS EN PLUS BESOIN DE CREER DU LIEN.....	41
2.2. UNE DEMANDE TOURISTIQUE DE PLUS EN PLUS CONCENTREE SUR L'IDENTITE ET SUR LA NOTION D'AUTENTICITE.....	42
2.3. L'EXPERIENCE TOURISTIQUE AU CŒUR DES ATTENTES DES TOURISTES D'AUJOURD'HUI ET DE DEMAIN .....	42
<b>3. LES DIFFICULTES A COMBATTRE : LA RECONNAISSANCE DES PRATIQUES ET DES COMMUNAUTES A TRAVERS LE PHENOMENE TOURISTIQUE</b> .....	<b>45</b>
3.1. LA DIFFICULTE A RECONNAITRE L'IDENTITE CULTURELLE D'UN TERRITOIRE ET D'UNE POPULATION .....	45

3.2. LA DIFFICULTE A MAINTENIR LA MEMOIRE.....	46
3.3. UN TOURISME VECTEUR D'IDENTITE CULTURELLE ?.....	46

**CONCLUSION DE LA PARTIE I.....48**

**PARTIE II : LES ENJEUX ET LES REPRÉSENTATIONS DU PATRIMOINE  
CULTUREL IMMATÉRIEL AU REGARD DES COMMUNAUTÉS ET DES  
TOURISTES .....50**

**INTRODUCTION DE LA PARTIE II.....51**

**CHAPITRE I - DES COMMUNAUTES LOCALES QUI JOUENT UN ROLE  
DETERMINANT DANS LA RECONNAISSANCE DU PATRIMOINE  
CULTUREL IMMATERIEL .....52**

<b>1. UNE COMMUNAUTE QUI SE DEFINIT PAR L'UNITE.....</b>	<b>52</b>
1.1. UN PATRIMOINE QUI TIEN COMPTE DES POPULATIONS LOCALES.....	52
1.2. LA TRANSMISSION DE GENERATION EN GENERATION EST ESSENTIELLE DANS LA RECONNAISSANCE DU PATRIMOINE IMMATERIEL ET DE LA COMMUNAUTE.....	53
1.3. LA CULTURE ET LES PRATIQUES TRADITIONNELLES DOIVENT ETRE RECONNUES PAR LA COMMUNAUTE .....	54
<b>2. UN PHENOMENE TOURISTIQUE VECTEUR DE REVITALISATION ET DE REVALORISATION DE LA COMMUNAUTE ET DE SES PRATIQUES PATRIMONIALES ET CULTURELLES.....</b>	<b>55</b>
2.1. LA RELATION ENTRE LA POPULATION ET LE TOURISTE.....	55
2.2. LE TOURISME COMME FACTEUR D'ATTRACTIVITE POUR LE TERRITOIRE DES COMMUNAUTES.....	56
2.3. LE MULTICULTURALISME : LA NOUVELLE FAÇON D'ENVISAGER LE TOURISME ET SON INTEGRATION AU CŒUR DES PRATIQUES DES COMMUNAUTES.....	57
<b>3. DES TRADITIONS ET DES SAVOIR-FAIRE SOUVENT MIS EN PERIL .....</b>	<b>58</b>
3.1. UNE IDENTIFICATION CULTURELLE PARFOIS DIFFICILE A CERNER POUR LES INDIVIDUS ET LES COMMUNAUTES .....	58

3.2. UN CLASSEMENT AU PATRIMOINE CULTUREL IMMATERIEL OU IL EST DIFFICILE DE REUNIR TOUS LES ACTEURS.....	59
3.3. DES TOURISTES QUI S'APPROPRIENT LA CULTURE DES AUTRES : LE PHENOMENE D'ACCULTURATION ET DE SACRALISATION DE LA CULTURE LOCALE ET DES PRATIQUES.....	60

**CHAPITRE II - UN PATRIMOINE EN PLEINE CONSTRUCTION QUI FAIT FACE A DE NOMBREUX ENJEUX ET DE NOMBREUSES LIMITES ..... 61**

<b>1. UN PATRIMOINE QUI RESTE FRAGILE ET PEU RECONNU .....</b>	<b>61</b>
1.1. SON POTENTIEL PATRIMONIAL EST PEU RECONNU CE QUI ENTRAINE UNE MAUVAISE COMPREHENSION DE SA DEFINITION.....	61
1.2. UN INVENTAIRE NATIONAL DU PATRIMOINE IMMATERIEL QUI A DU MAL A SE FAIRE UNE PLACE SUR LES LISTES DE L'UNESCO.....	63
1.3. LES MISSIONS ENGAGEES POUR PERENNISER LE PATRIMOINE CULTUREL IMMATERIEL FRANÇAIS .....	64
<b>2. UNE CULTURE QUI PEUT ETRE PERÇUE COMME ELITISTE.....</b>	<b>66</b>
2.1. LA DIVERSIFICATION DE LA CULTURE.....	66
2.2. UNE DIFFERENCE NOTABLE ENTRE TOURISTE ET VISITEUR.....	66
2.3. DES PROFESSIONNELS DU TOURISME ET DES PROFESSIONNELS DE LA CULTURE SOUVENT EN DESACCORD SUR LA REPRESENTATIVITE DU PATRIMOINE.....	67
<b>3. TOURISME ET PATRIMOINE CULTUREL IMMATERIEL : DES RELATIONS COMPLEXES ET DIFFICILES.....</b>	<b>68</b>
3.1. UN TOURISME QUI MODIFIE LA PERCEPTION DU PATRIMOINE ET QUI LE MET EN PERIL.....	68
3.2. UNE MISE EN TOURISME QUI DEVIENT UNE MISE EN SCENE : LA FOLKLORISATION DU PATRIMOINE .....	69
3.3. UNE ADAPTABILITE DE L'OFFRE TOURISTIQUE QUI TOMBE SOUVENT DANS LA MARCHANDISATION DU PATRIMOINE ET DES PRATIQUES QUI LUI SONT ASSOCIES .....	70

**CHAPITRE III - LE PATRIMOINE CULTUREL IMMATERIEL SE CONSTRUIT A TRAVERS LES REPRESENTATIONS ET LES PRATIQUES DES TOURISTES .....72**

<b>1. LE « TOURISTE CULTUREL » .....</b>	<b>72</b>
--	-----------

1.1.	LA NAISSANCE DE CE TOURISTE.....	72
1.2.	LE PROFIL TYPE DE CE TOURISTE .....	73
1.3.	SES HABITUDES EN TERMES DE CULTURE ET DE PATRIMOINE.....	74
<b>2.</b>	<b>L'IMAGINAIRE TOURISTIQUE .....</b>	<b>75</b>
2.1.	SES FONDEMENTS.....	75
2.3.	LE PATRIMOINE ENTRE CULTURE ET LOISIRS POUR LES TOURISTES.....	75
2.3.	L'IMAGINAIRE TOURISTIQUE ET LE PATRIMOINE CULTUREL IMMATERIEL.....	76
<b>3.</b>	<b>CES TOURISTES CONSTRUISENT DES IMAGES ET DES REPRESENTATIONS AUTOUR DU PATRIMOINE.....</b>	<b>77</b>
3.1.	UN IMAGINAIRE AU SERVICE DE LA CULTURE ET DU PATRIMOINE .....	77
3.2.	LES TOURISTES ET LES POPULATIONS INFLUENCENT LES ESPACES ET LES MARQUEURS IDENTITAIRES A TRAVERS DIFFERENTS IMAGINAIRES .....	77
3.3.	LE PATRIMOINE DEVIENT UNE VERITABLE THERAPIE .....	79
	<b><u>CONCLUSION DE LA PARTIE II.....</u></b>	<b><u>80</u></b>
	<b><u>PARTIE III : LE SAVOIR-FAIRE DE LA VERRERIE FRANÇAISE EN LORRAINE .....</u></b>	<b><u>81</u></b>
	<b><u>INTRODUCTION DE LA PARTIE III.....</u></b>	<b><u>82</u></b>
	<b><u>CHAPITRE I – À LA DECOUVERTE DU TERRITOIRE DE LA LORRAINE ET DU SAVOIR-FAIRE DE LA VERRERIE .....</u></b>	<b><u>83</u></b>
<b>1.</b>	<b>PRESENTATION DE LA LORRAINE.....</b>	<b>83</b>
1.1.	LE TERRITOIRE DE LA LORRAINE .....	83
1.1.1	<i>LA REGION GRAND EST.....</i>	83
1.1.2.	<i>LA LORRAINE.....</i>	85
1.2.	UN PATRIMOINE REPRESENTATIF D'UNE COMMUNAUTE.....	87
1.3.	LE PATRIMOINE IMMATERIEL EN LORRAINE.....	87
<b>2.</b>	<b>LA PLACE DU TOURISME SUR LE TERRITOIRE.....</b>	<b>88</b>
2.1.	QUELQUES CHIFFRES CLES.....	88
2.2.	LA RAISON DE LA VENUE DES TOURISTES EN LORRAINE.....	90

2.3. UN SAVOIR-FAIRE DE LA VERRERIE REELLEMENT REPRESENTE ?.....	92
<b>3. LE SAVOIR-FAIRE DE LA VERRERIE FRANÇAISE AU CŒUR DU LIEN GENERATIONNEL DES LORRAINS .....</b>	<b>94</b>
3.1. DES ESPACES REPRESENTATIFS DE CE SAVOIR-FAIRE ET QUI S'INSCRIVENT DANS L'HISTOIRE .....	94
3.2. UN ECHANGE QUI S'OPERE DE GENERATION EN GENERATION : DE PRATICIENS A SUCESSEURS .....	96
3.3. DES ROLES ET DES TECHNIQUES PRECISES .....	98
3.3.1. <i>LA FABRICATION DU VERRE</i> .....	98
3.3.2. <i>LES TECHNIQUES LIEES AU SAVOIR-FAIRE DE LA VERRERIE</i> .....	99
3.3.2.1. <i>LE TRAVAIL A CHAUD</i> .....	99
3.3.2.2. <i>LE TRAVAIL A FROID</i> .....	102

**CHAPITRE II - LA METHODOLOGIE APPLIQUEE POUR LA VALIDATION  
DES HYPOTHESES .....** **105**

<b>1. LA MISE EN PLACE DES ENQUETES .....</b>	<b>105</b>
1.1. QUE SOUHAITONS-NOUS METTRE EN AVANT DANS LA METHODOLOGIE D'ENQUETE ? 105	
1.2. ENQUETES QUANTITATIVES .....	106
1.3. ENQUETES QUALITATIVES .....	107
<b>2. LES REPONSES DE L'INTERROGE .....</b>	<b>108</b>
2.1. ARTISAN VERRIER DE LA MEURTHE-ET-MOSELLE .....	108
2.1. LES ELEMENTS CLES DE L'ENTRETIEN.....	109
<b>3. LA CONFRONTATION AVEC NOS HYPOTHESES .....</b>	<b>109</b>
3.1. LE PATRIMOINE CULTUREL IMMATERIEL EST FORCEMENT VECTEUR D'UNE IDENTITE CULTURELLE QUI SERAIT SEULEMENT DEFINIE PAR LA COMMUNAUTE ?.....	109
3.2. LE PATRIMOINE IMMATERIEL JOUE-T-IL UN ROLE DE PLUS EN PLUS ESSENTIEL DANS LE DEVELOPPEMENT TERRITORIAL GRACE A LA RECONNAISSANCE DES SAVOIR-FAIRE ?.....	111
3.3. EST-CE QUE LES REPRESENTATIONS DES TOURISTES SUR LES SAVOIR-FAIRE ET INVERSEMENT, LE REGARD QUE PEUVENT PORTER LES COMMUNAUTES SUR LE TOURISME, SONT TOUJOURS FONDEES ? .....	113

<b><u>CHAPITRE III – LES RESULTATS OBSERVES.....</u></b>	<b><u>115</u></b>
<b>1. LES METHODES QUI PEUVENT ETRE ADOPTEES POUR VALORISER ENCORE PLUS L'ETUDE DE TERRAIN ET NOS HYPOTHESES.....</b>	<b>115</b>
1.1. MENER DES ENQUETES QUALITATIVES AUPRES DES ACTEURS DU SAVOIR-FAIRE VERRIER 115	
1.2. MENER DES ENQUETES AUPRES DES ACTEURS TERRITORIAUX, DES TOURISTES ET DES EXPERTS DU PATRIMOINE .....	116
1.3. D'AUTRES METHODES QUI PEUVENT APPORTER DES ELEMENTS DE REPONSE.....	117
<b>2. DES EVENEMENTS ET DES FORMATIONS QUI VALORISENT LES METIERS D'ART AUPRES DES COMMUNAUTES ET DES TOURISTES .....</b>	<b>120</b>
2.1. L'INSTITUT NATIONAL DES METIERS D'ART POUR VALORISER L'ARTISANAT ET SENSIBILISER AU PATRIMOINE IMMATERIEL.....	120
2.2. LES JOURNEES EUROPEENNES DES METIERS D'ART : EVENEMENT QUI PERENNISE LE SAVOIR-FAIRE DU VERRE NOTAMMENT SUR LE TERRITOIRE DE LA LORRAINE.....	121
2.3. LA ROUTE DU VERRE ET DU CRISTAL.....	123
<b>3. LA VALORISATION DU VERRE A TRAVERS LES NOUVELLES TECHNOLOGIES .....</b>	<b>123</b>
3.1. L'UTILITE DES NOUVELLES TECHNOLOGIES POUR LE PATRIMOINE CULTUREL IMMATERIEL ET LA CULTURE .....	123
3.2. LE SITE INTERNET DU VERRE : LA VALORISATION DU SAVOIR-FAIRE VERRIER ET DE SES DETENTEURS.....	124
3.3. LA CREATION NUMERIQUE AU SERVICE DE L'ART VERRIER.....	125
<b><u>CONCLUSION DE LA PARTIE III.....</u></b>	<b><u>127</u></b>
<b><u>CONCLUSION GENERALE.....</u></b>	<b><u>129</u></b>
<b><u>BIBLIOGRAPHIE.....</u></b>	<b><u>132</u></b>
<b><u>TABLE DES ANNEXES.....</u></b>	<b><u>139</u></b>
<b><u>LEXIQUE DU SAVOIR-FAIRE DE LA VERRERIE .....</u></b>	<b><u>153</u></b>
<b><u>TABLE DES FIGURES.....</u></b>	<b><u>156</u></b>

TABLE DES TABLEAUX.....158

TABLE DES MATIERES ..... 159

## Résumé

Le Patrimoine culturel immatériel s'inscrit dans la reconnaissance des savoir-faire d'un territoire et d'une communauté. Il fédère autour d'un même besoin de sensibilisation et de partage de sa culture et de son identité culturelle. De plus, le touriste est en quête d'appartenance et de rapport à l'autre, mais également à soi, car il souhaite s'identifier à la culture et au patrimoine d'une communauté à travers ces rites et traditions. Ce phénomène de patrimonialisation du tourisme soulève de nombreux enjeux quant à l'appropriation du patrimoine auprès des touristes et des communautés qui partagent leur pratique. La question autour de l'acculturation, la folklorisation ou encore la muséification font partie intégrante des préoccupations à prendre en compte dans l'évolution de la culture et du patrimoine sur un territoire. Le savoir-faire de la verrerie en Lorraine, objet de notre étude de terrain, permet de comprendre le rôle des communautés concernant la reconnaissance de son savoir-faire, mais également de comprendre les enjeux liés au tourisme et au développement durable des territoires.

**Mots-clés : Patrimoine culturel immatériel, développement touristique, développement durable, identité culturelle, tourisme, savoir-faire**

## Abstract

The Intangible Heritage is enrolled in the recognition of a know-how of a territory and is a part of a community's heritage. The question of raising awareness and sharing are very important for the culture and for the Intangible Heritage because those know-how are a part of the cultural identity of a community. Moreover, the tourist is seeking for this sharing and the identification of his own culture to the host culture because he is looking for more authenticity in his journey. The heritage in relation to the tourism is questioning the issues about the heritage appropriation of the tourist and the community but also about the cultural integration which is a worry in the integration of the heritage, the culture in a territory. The glasswork know-how is a good example to show the issues of recognition and the issues in relation to tourism and the sustainable development.

**Keywords: Intangible heritage, tourism, sustainable development, cultural identity, know-how**