

Patrimoine en jeu et jeux de patrimoine
Fabrique du touristique du patrimoine de proximité
Acteurs, médiations et hybridation des lieux ordinaires

La recherche doctorale proposée s'inscrit au sein d'OPUS, dans le Programme 4 du consortium SPHINX consacré à l'analyse de la fabrique touristique du patrimoine. Elle interrogera les dynamiques contemporaines de patrimonialisation, de mise en tourisme et de médiation culturelle à partir d'un dispositif original : le Loto du patrimoine, porté par FDJ United depuis 2018.

Le projet s'inscrit dans le cadre interdisciplinaire des travaux menés autour des formes contemporaines de patrimonialisation en sciences humaines et sociales, à la croisée des sciences de l'information et de la communication, de la géographie culturelle et sociale, de la géographie du tourisme et des études sur le patrimoine. Plus spécifiquement, il s'agira d'explorer l'intérêt qui réunit l'État, les territoires et des marques autour du patrimoine, à la fois ressource symbolique et outil de transformation des représentations, des paysages et des pratiques touristiques.

La codirection de la thèse sera assurée par Karine Berthelot-Guiet, professeure en sciences de l'information et de la communication, spécialiste des transformations et circulations des médiations marchandes et de leurs imaginaires, et Edith Fagnoni, professeure en géographie, spécialiste des territoires en transformation en quête de nouvelle(s) identité(s), autour de deux objets principaux : tourisme-loisirs et culture-patrimoine.

Le *Loto du patrimoine* est un objet heuristique qui associe autour de la sauvegarde du petit patrimoine pensé et déclaré « en péril », en France hexagonale et ultramarine, des acteurs divers, voire disparates : l'État, une mission patrimoniale confiée à Stéphane Bern, un opérateur de jeu d'argent et de hasard aujourd'hui majoritairement privé (FDJ United ex Française des Jeux), des joueurs requalifiés en joueurs-donateurs, un vaste public médiatique à définir et une plateforme en ligne internationale de réservation de logement dite collaborative (AirBnB). Le nombre et la variété des acteurs et des enjeux appellent une recherche nécessairement interdisciplinaire qui, au-delà des approches susmentionnées, articulera des questions de sciences politiques, d'économie, d'histoire culturelle, de sémiotique et de *cultural studies*.

Avec le *Loto du patrimoine*, la FDJ (ex-Française des Jeux) se présente comme un acteur majeur mais inattendu, voire improbable, d'un processus de consécration du petit patrimoine par un passage de l'ordinaire à l'extraordinaire, du lieu en péril au lieu touristique à venir. Depuis 2018, un large public local et national, réunissant « habitants », joueurs et spectateurs, est converti en autant d'acteurs de patrimonialisation par un dispositif communicationnel qui tend à les impliquer fortement dans un processus qui multiplie les niveaux de communication et de mise en visibilité des « petits lieux » :

- au niveau local, les particuliers et/ou les collectifs agissent pour l'inscription de « leur lieu » dans les lieux « élus », retenus pour le jeu,
- au niveau des territoires qui communiquent autour des lieux éligibles et élus,
- au niveau national, un fort relais médiatique se fait autour des lieux retenus, le temps du jeu,
- à tous les niveaux, du plus local au national, des dispositifs communicationnels multiples viennent en soutien pour l'exploitation pendant et après le jeu.

Ces processus complexes, tant du point de vue temporel que spatial et médiatique, présentent, de surcroît, une valence marchande à explorer. Le système commercial du jeu convoque, dans cette fabrique du patrimoine et du tourisme, des systèmes de sélection et de production qui relèvent des médiations marchandes et de leur forte valence à produire la différence en série (Baudrillard, 1970 ; Berthelot-Guiet, 2013).

Une transformation touristique s'opère à la fois dans l'espace géographique, dans les espaces symboliques et jusque dans les micro-espaces du billet de jeu qui représente (Marin, 1994) certains des lieux et leur cartographie. Ce faisant, les lieux, d'abord vernaculaires, deviennent véhiculaires et se trouvent propulsés dans un processus national et itératif de mise en tourisme qui met fortement en avant la participation, voire l'action, des publics. Au fil des ans, le Loto du patrimoine produit des transformations ultra-locales, locales, territoriales et nationales du patrimoine, des paysages et de leur spatialisations. La carte patrimoniale et touristique ainsi produite et diffusée depuis 2018 est à explorer.

Par ailleurs, ce patrimoine « en péril », inexploitable en l'état, devient, lorsqu'il est sélectionné par la « mission Bern », exploitable et exploité *a minima* avant et pendant le temps du jeu. Le patrimoine est mis en circulation (Davallon, 2006 ; Jeanneret, 2014) sous la forme de micro-patrimoines. Les candidatures déposées par « tout un chacun » (sur le site internet de la Mission Patrimoine) doivent justifier l'intérêt local et expliciter en quoi « leur lieu » est patrimoine, constituant ainsi un trésor au sens linguistique du terme (collection de faits de langue) de définitions plus ou moins profanes du patrimoine. La suite du processus de sélection, présentée comme étant faite « par Stéphane Bern », érige le présentateur en personification d'une définition officielle, presque en marque nationale validant le « digne de conservation ». Les projets retenus sont ensuite mis en récit par la Française des Jeux, et le patrimoine reçoit alors une définition communicationnelle, y compris au sens professionnel et marchand du terme. Sous la double tutelle de la FDJ et de Stéphane Bern, la médiatisation des objets patrimoniaux (Davallon, 2006) pose la question de l'héritage et du lien entre le lieu et les acteurs. L'approche interdisciplinaire interrogera les définitions à géométrie multiple de la patrimonialisation des biens encapsulées dans un jeu que l'on pourrait

penser anecdotique et/ou uniquement marchand.

La multiplicité des parties prenantes et des acteurs constitue un point majeur pour la compréhension des enjeux sociaux, économiques et symboliques, en termes de pouvoir et de gouvernementalité. À travers le *Loto du patrimoine* et la « mission Bern, il se dessine une triple mission d'identification, de restauration et de valorisation des lieux en péril, afin de dynamiser l'attractivité locale auprès des habitants et des acteurs extérieurs, dont des touristes potentiels. Ce sont donc des acteurs importants d'une transformation du paysage, de l'économie et d'une requalification du local en « haut-lieu » au sens de « lieu qui exprime symboliquement, au travers de ses représentations et de ses usages, un système de valeurs collectives ou une idéologie » (Debardieux, 2003). La question des configurations du couple habitant-touriste est importante dans la mesure où la candidature d'un monument au projet de rénovation de la mission patrimoine est présentée comme collective et comme preuve de l'attachement d'une population, dont l'extension est à définir, à un lieu. Dans le choix des lieux, année après année, depuis 2018, se constitue la trame narrative d'un récit permettant d'observer l'appropriation, lors de la candidature, puis la réappropriation après restauration, de ces lieux par les habitants, qui sont aussi, pour certains, des acteurs du tourisme.

En outre, d'autres mécènes, « absents » des communications autour du dispositif, soutiennent également les projets au titre de donateurs, comme l'entreprise internationale AirBnB, sachant que, dans les critères de sélection des projets, apparaît leur potentiel « effet positif sur le développement local et la valorisation du patrimoine ». La cohabitation, dans la production du patrimoine et de sa valeur touristique, entre la Mission Patrimoine, portée par Stéphane Bern, l'entreprise majoritairement privée et européenne FDJ United et la plateforme mondiale AirBnB impose une articulation complexe entre ultralocal, local, national et international. La coprésence de ces acteurs questionne la nature de la patrimonialisation des lieux sélectionnés ainsi que la transformation du paysage ordinaire en écrans propices à la touristification de certains espaces (Berthelot-Guiet, 2014). Le triangle État, Française de Jeux, Airbnb conjoints pour la promotion d'une patrimonialisation participative basée sur un jeu d'argent, est à interroger quant à la « mise en tourisme » (Gravari-Barbas, 2020) de ces lieux.

Le loto du patrimoine agit comme un acteur de l'hybridation des lieux entre l'espace touristique et l'espace ordinaire, de l'ordinaire à l'extraordinaire (Fagnoni, 2004). La marque FDJ United est actrice de l'hybridation des espaces, au même titre qu'Airbnb qui agit de la même manière avec la touristification de lieux à partir d'entités ordinaires, à une échelle intime. Airbnb propose de louer son intérieur, ce qui génère une forme de tourisme à la recherche d'une singularité de l'expérience. Ce dispositif œuvre à la patrimonialisation des espaces ordinaires où l'anodin patrimonial fait l'exception du lieu et le produit en lieu touristique, posant la « petite cuillère » au niveau de la cathédrale (Heinich, 2009).

D'un point de vue méthodologique, la thèse devra articuler une pensée communicationnelle qui prend en compte de manière significative les approches issues de la géographie sociale et culturelle et de la géographie du tourisme. Le point de vue fera varier les approches micro et macro car ce dispositif pose la question de la place de la population locale dans une opération de conservation du petit patrimoine à l'échelle nationale, diffusée auprès d'un vaste public. Par ailleurs, l'analyse de la nature du patrimoine sélectionné pose la question de son intérêt potentiel sur le plan macro : quels en sont les enjeux géopolitiques ? Quelle France et quel(s) patrimoine(s) en ressortent, tant sur le plan spatial que sur le plan symbolique ? Quelle transformation touristique s'opère pour le petit patrimoine que l'on rattache à la proximité, à l'intimité et à l'insignifiance, quand il devient ainsi visible à l'échelle nationale, ce qui le sort au moins pour un temps de l'ordinaire ? La question de la temporalité devra être particulièrement abordée. Le « terrain » et les « corpus » reposeront largement sur le dispositif d'ensemble du *Loto du patrimoine*.

Chronologie et chiffres clés :

2018 : mise en place : convention de 3 ans - signataires : le président de la République, Emmanuel Macron, la ministre de la Culture, Françoise Nyssen, et Stéphane Bern, chargé du recensement des monuments "en péril" à sélectionner et pour qu'ils bénéficient des recettes générées par les jeux d'argent et de hasard mis en place par la Française des jeux à cet effet.

2021 : convention renouvelée pour 4 ans – signataires : le ministère de la Culture, représenté par la ministre de la Culture Rima Abdul-Malak, Stéphane Bern et la Française des jeux (FDJ).

2018-2025 : 1073 sites sélectionnés dont 147 projets emblématiques ou sites régionaux .
1 projet par an et par département et 1 projet dit "emblématique" par région
environ 120 projets par an.

2026 : environ 400 projets sont finalisés, un peu moins de 300 en cours de restauration et environ 300 d'achèvement de la collecte de dons.

Sur la période, en ajoutant aux gains de jeu les dons des mécènes et donateurs, la mission a récolté et redistribué plus de 300 M€. Tous les sites sélectionnés bénéficient d'une dotation de FDJ United (anciennement Française des jeux) sur la base de ce qui est récupéré par l'État sous la forme de taxes, puis reversé à la mission.

Déroulement de la thèse :

Année 1 : Bibliographie - Questionnement initial - Détermination méthodologique.

Année 2 : Veille bibliographique - Observations de terrain, réalisation des entretiens et des analyses sémio-discursives des corpus - Préparation d'un plan pour la rédaction de la thèse.

Année 3 : Finalisation méthodologique - Rédaction de la thèse.

En continu : rendez-vous réguliers entre le doctorant/la doctorante et les co-directrices de recherche et établissement d'un comité de suivi de thèse avec un.e chercheur.e en Sciences de l'Information et de la Communication et un.e chercheur.e en géographie.