

# NOTION :

# PATRIMOINE

Protection et valorisation, tout comme les acteurs qui les animent et les conflits qui en découlent sont des notions au cœur du programme de Terminale pour le thème de l'environnement comme celui du patrimoine.

La notion de patrimoine s'inscrit dans les quatre champs disciplinaires de la spécialité :

<b>HISTOIRE</b>	Le patrimoine vient du passé, il est autant un objet qu'une idée ou une valeur, qu'un regard sur le passé.
<b>GEOGRAPHIE</b>	Le patrimoine marque l'espace et le définit à toutes les échelles : il est représentation, imaginaire mais aussi paysage.
<b>SCIENCES POLITIQUES</b>	Il est identifié pour un groupe, une partie de la société ou une Nation.
<b>GEOPOLITIQUE</b>	Le patrimoine est au cœur des enjeux politiques et sociaux. Il est au cœur de conflits entre acteurs.

## Le thème se fonde sur la patrimonialisation :

- L'introduction permet de le définir (objet d'étude et la notion).
- Le premier axe est centré sur les constructions politiques et sociales autour de la patrimonialisation
- Le second axe lui concerne les recompositions spatiales et sociales que la patrimonialisation produit.
- Le thème conclusif reprend les deux axes pour la France à plusieurs échelles.



### Progression et modélisation du thème par la petite fabrique

- [Essai de modélisation du thème](#)

*Petit texte de présentation (max 2 lignes)*

- [Sélection d'articles scientifiques](#)

*Petit texte de présentation (max 2 lignes)*



## INTRODUCTION : DEFINIR L'OBJET ET LA NOTION

Le patrimoine, au sens premier, c'est l'ensemble des biens d'une famille, l'héritage du père. C'est donc une transmission. Dès l'origine, le patrimoine associe les monuments historiques mais aussi

tous les objets qu'ils contiennent, les œuvres d'art comme les meubles et la vaisselle. Le **patrimoine peut tout concerner** : un bâtiment, un objet, un plat, une idée ...il est matériel, immatériel et idéal.



### Citation :

« *Un ensemble d'attributs, de représentations, de pratiques fixé sur un objet non contemporain (chose, œuvre, idée, témoignage, bâtiment, site, paysage, pratique) dont est décrétée collectivement l'importance présente* ».

Extrait du dictionnaire de Géographie et de l'espace et des sociétés (Levy – Lussault)



### Des articles scientifiques

- [Du monument isolé au tout patrimoine](#) (article scientifique)
- [Patrimoine sans limite ?](#) (article scientifique)
- [Le quartier Ostiense – Marconi à Rome](#) (article scientifique)

Un objet aujourd'hui considéré comme patrimoine ne l'a pas toujours été. Il l'est devenu lorsqu'un groupe, une société a considéré qu'il devait être préservé pour être transmis à ses descendants. Le patrimoine est donc une **construction sociale**. Il est performatif. C'est le regard de la société actuelle qui le façonne. **Patrimonialiser**, c'est donc produire du patrimoine.

Une société choisit des éléments qui sont pour elle des symboles de ce passé qui incarnent ce qu'elle pense être. C'est donc une **représentation, un imaginaire** qui s'incarne. Le patrimoine n'est pas pour autant l'histoire : les choix effectués par une société ne sont pas toujours historiquement corrects. Elle peut avoir une vision erronée de son histoire, ou de l'objet qu'elle choisit. Le **patrimoine est mythifié** : c'est plus le regard sur le passé de la société actuelle qui le construit plus que la réalité/vérité historique.



### Les imaginaires et les représentations

*En géographie, ils désignent un processus qui s'appuie sur la perception de l'espace et des paysages. Les individus le perçoivent en fonction de leur propre sensibilité et de leur culture. Ainsi, l'espace peut-être différemment imaginé, perçu ...*



### Des articles scientifiques

- [Le patrimoine, une mémoire pas comme les autres](#) (article scientifique)
- [Le Président Macron et le récit national](#) (podcast)



### Propositions de la petite fabrique sur l'introduction

#### - [Notre-Dame de Paris](#)

Petit texte de présentation (max 2 lignes)



#### - [Plages du Débarquement](#) (ensemble documentaire)

Petit texte de présentation (max 2 lignes)



#### - [Restitution tête Mokokoi - Nouvelle-Zélande](#) (ensemble documentaire)

Petit texte de présentation (max 2 lignes)



#### - [Vercingétorix, un héros et un patrimoine construit \(reconstruit\)](#)

Comprendre l'emploi et la relecture d'un personnage et de lieux par chaque époque en fonction d'un contexte. Analyser le patrimoine qui en résulte.

## AXE 1 – USAGES SOCIAUX ET POLITIQUES DU PATRIMOINE

### PATRIMONIALISER : CONSTRUCTION POLITIQUE ET SOCIALE

Le patrimoine est une construction politique et sociale. Une nation en se construisant produit un récit national. L'histoire et les patrimoines qui sont sélectionnés, valorisés et théâtralisés participent à un **projet politique et culturel nationalisant**. Les deux doivent produire une Nation, c'est-à-dire un sentiment d'identité, d'appartenance et de fierté.

#### Acteurs

État, sociétés savantes, historiens, archéologues, artistes ...

#### Patrimoines

Rechercher, sélectionner, mettre en scène et surtout produire des patrimoines et des discours/récits (récit national)

#### Identités

Reconnaissance par une Nation, par un groupe en construction qui y trouve un sens de l'histoire et surtout des valeurs qui le caractérisent.



#### Des podcasts sur le rôle politique et géopolitique du patrimoine.

- [La culture au cœur des batailles géopolitiques](#) (Podcast sur RFI)
- [Les grands travaux des Présidents](#) (Podcast sur France Inter)
- [Faut-il déboulonner nos statues ?](#) (Podcast des rendez-vous de l'histoire de Blois)



#### La vidéo touristique : une accroche pour étudier le patrimoine

- Étudier une vidéo touristique (marketing territorial) – deux exemples su [Rome](#) – sur [Paris](#) (activités avec les élèves)
- Faire rechercher, sélectionner et analyser d'autres vidéos touristiques par les élèves pour comprendre la façon dont un pays se présente et se pense.

Le patrimoine au XIX<sup>ème</sup> siècle est une **mise en scène politique et identitaire**. Il passe par des lieux, des objets - œuvres et par des valeurs, un message à diffuser à l'échelle nationale mais aussi aux autres pays. Le patrimoine est donc une construction qui sélectionne et réécrit l'histoire. Aujourd'hui, cette conception du patrimoine demeure dans les nations les plus récentes ou émergentes / émergées (Chine, Turquie ...) alors qu'elle change de sens dans le monde occidental, en Europe et en France.

Le patrimoine demeure ainsi au cœur des enjeux politiques et sociaux pour :

La production de patrimoines	Les concurrences patrimoniales	La restitution de patrimoines
Que sélectionner et pourquoi ? Faut-il conserver les mêmes valeurs, la même identité ? Comment produire du patrimoine ?	Différentes lectures d'un même objet patrimonial par des groupes politiques, sociaux, minoritaires opposés. L'État doit réguler, arbitrer entre les groupes.	Faut-il conserver en Europe le patrimoine des anciennes colonies ? Faut-il restituer le patrimoine antique aux pays méditerranéens ?
Par exemple : Les grands projets urbains, le renouveau des hypercentres dans les métropoles	Par exemple : Jeanne d'Arc en France ou les statues, héritages de la colonisation.	Par exemple : des masques et des épées restitués au Sénégal en 2020 ou au Bénin.



### Propositions de la petite fabrique pour l'axe 1

- Article scientifique – [la restitution des biens culturels](#)

*Extrait d'un article de C. Hesrhkovitch sur les fondements juridiques, les enjeux politiques et les tendances contemporaines de la restitution des biens culturels. Revue Ethnologies, 39(1), 2017*



- [Des pistes de travail pour l'axe 1](#)

*L'instrumentalisation du patrimoine, les liens entre patrimoines et idéologies,*



## AXE 2 – LA PRESERVATION ENTRE TENSIONS ET CONCURRENCES PATRIMONIALISER : RECOMPOSITION SOCIALE ET SPATIALE

Le patrimoine s'intègre dans les dynamiques de la mondialisation. La recomposition des espaces à toutes les échelles fait de la mondialisation et de ses acteurs un **coproducteur de patrimoines**, notamment les touristes. Un lieu doit construire des représentations, des imaginaires pour s'affirmer et prouver sa mondialité. Les dynamiques de la mondialisation se confondent avec celle de la métropolisation. S'affirmer comme une métropole, c'est disposer ou construire un patrimoine mais c'est surtout dans le cadre du tournant récréatif faire du patrimoine un événement, un décor, un paysage qui s'insère dans **les nouvelles formes "d'habiter"**. La polyrésidence, les mobilités, l'hybridation des pratiques et des modes de vie, l'affirmation des genres ... renouvellent la notion de patrimoine. Il devient un décor nécessaire à toutes activités sociales en raison de ses potentialités immatérielles (sociales, relationnelles, identitaires, économiques ...).

L'État n'est plus alors l'unique producteur de patrimoines. Le tout patrimoine associe le grand patrimoine national et aujourd'hui mondial pour lequel la puissance publique est de plus en plus associée aux FTN. Pour le reste, c'est la société civile (associations, collectivités locales, minorités, artistes ...) qui produit le patrimoine du local au régional. L'État se limite à **labéliser** avec d'autres ou à garantir les labels qui d'ailleurs sont de plus en plus nombreux.



### Le tourisme et les touristes

*Encore perçu négativement, le tourisme est pourtant un puissant acteur géographique de la mondialisation et du patrimoine. Ce système d'acteurs, de pratiques et de lieux connaît de profondes mutations ...*



### Utiliser Géoimage pour le jalon sur Venise

- [Venise, une ville musée face à son avenir](#)

- [Proposition pédagogique autour de Venise](#)



### Propositions de la petite fabrique pour l'axe 2

- [Des pistes de travail pour l'axe 2](#) : Paris, Venise  
*Petit texte de présentation (max 2 lignes)*

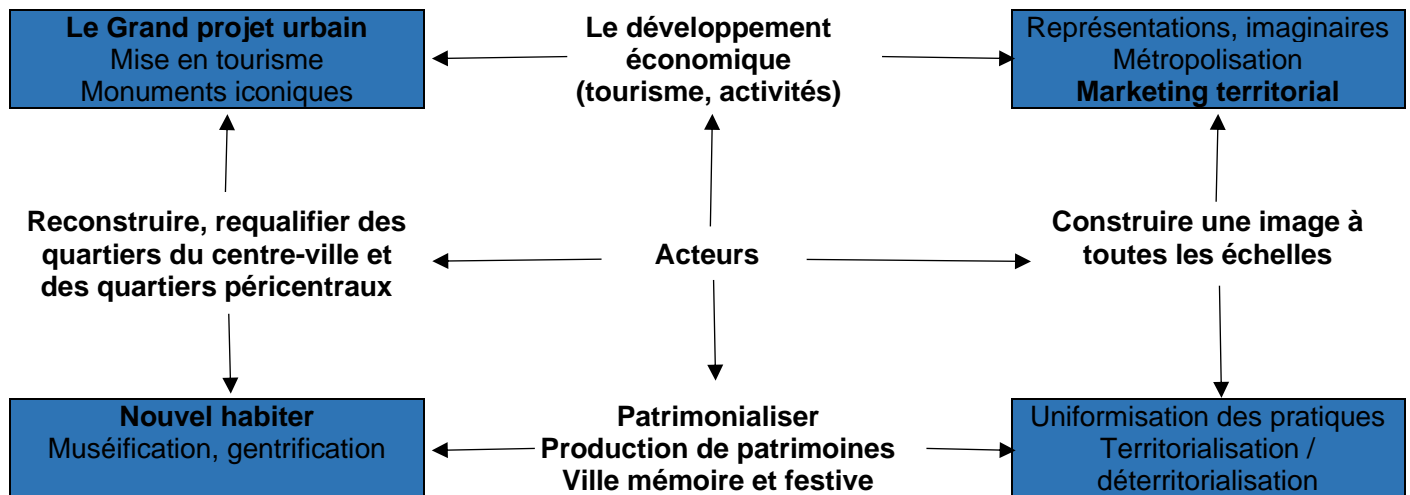


- [La Samaritaine, patrimoine emblématique de Paris.](#)

*La FTN, acteur de la patrimonialisation dans la mondialisation. Au travers de vidéos, analyser le projet porté par LVMH et les étapes de la reconstruction de la Samaritaine. Comprendre la production d'un patrimoine à vocation mondiale et ses impacts sociaux et spatiaux*

[Présentation du projet](#), [Réhabiliter](#), [requalifier](#), [promouvoir](#)

Un exemple : le **grand projet urbain** au cœur des dynamiques des métropoles



La patrimonialisation et les recompositions qu'elle introduit entraînent trois enjeux :

- **L'authenticité** : puisque le patrimoine est une construction, doit-il être toujours "vrai" ou peut-il être simplement copié, recopié ?
- La **déterritorialisation** : le patrimoine a-t-il besoin d'un lieu et/ou d'un territoire ? Il peut être copié, imiter et produire de la patrimonialisation et de la territorialisation partout. La mondialisation produit une course à la monumentalité, à la verticalité et au patrimoine.
- La **durabilité** : partout, la patrimonialisation produit les mêmes effets : attractivité, tourisme, gentrification ... Il doit donc être interrogé dans le cadre du développement durable parce qu'il est producteur de mobilités et d'inégalités.

Le tourisme est au cœur des dynamiques de la patrimonialisation. Les acteurs, à différentes échelles, **produisent, reproduisent du patrimoine** pour s'insérer dans la métropolité, dans la mondialité. Ils peuvent en l'absence de patrimoine en produire en le recopiant, en l'imitant comme à Dubaï. Le patrimoine se délocalise, se déterritorialise et devient une identité revendiquée (pour l'entre soi, la réussite sociale), un objet de consommation et un décor notamment au travers des marques de luxe.

La patrimonialisation participe de la **recomposition des espaces urbains**, particulièrement métropolitains. Les hypercentres, les quartiers péricentraux, les marges touristifiées s'insèrent dans les dynamiques de patrimonialisation qui se traduisent par la muséification, la gentrification, la formation d'enclaves spatiales et sociales à toutes les échelles. Une métropole doit devenir **une marque** associant géosymboles, silhouette urbaine et campagne de promotion. Le patrimoine doit permettre une expérience et être instagrammable.



### Les mots de la géographie

*La mise en tourisme, géosymbole, monuments iconiques, silhouette urbaine, CTD (Central Tourism District ...), GPU (Grand Projet Urbain) ... sont autant de termes universitaires qui peuvent se définir plus simplement pour les élèves ...*



### La vidéo touristique et le marketing territorial

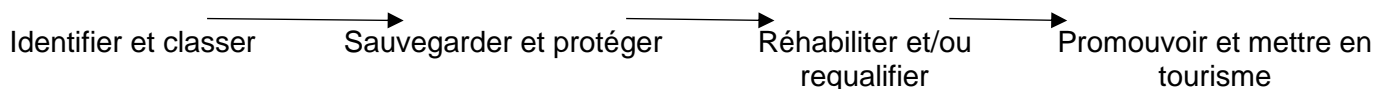
- Patrimoines et marketing territorial (accroche) - la renaissance d'un quartier à New York
- Exprimer la mondialité – deux exemples : Los Angeles / Corée du Sud



## THEME CONCLUSIF : LA FRANCE ET SON PATRIMOINE

### PROTECTION ET VALORISATION DES PATRIMOINES

Les acteurs et les patrimoines français s'inscrivent dans l'ensemble des dynamiques de la patrimonialisation présentées dans les deux axes précédents. Tous cherchent à **patrimonialiser**, c'est-à-dire :



Depuis la réussite de l'implantation du musée Guggenheim à Bilbao (effet Bilbao) ou du succès touristique du Périgord, le patrimoine est considéré comme un levier de **développement et/ou de renaissance économique**. Sauvegarder, réhabiliter, implanter une institution culturelle est synonyme d'attractivité touristique mais aussi de renaissance et de recomposition en attirant des populations nouvelles et de nouvelles activités. C'est par exemple le cas pour les **villes – mémoires**.



#### Effet Bilbao

*Bilbao, ville industrielle en déclin du Pays Basque espagnol, connaît un rapide renouveau et un profond changement d'image depuis l'ouverture du Musée Guggenheim en 1997. Depuis, la cité sert de modèle à de nombreux territoires pour qui le patrimoine ....*



#### Articles scientifiques

- [La mondialisation des marques muséales](#) (article scientifique)
- [La notion de ville mémoire](#) (article de vulgarisation)
- [Du musée du Louvre au territoire – Louvre](#) (article scientifique)
- [Patrimoine et softpower](#) (Ranking à visiter et à critiquer avec les élèves)

Les grandes métropoles hexagonales (notamment les quartiers des Confluences à Lyon, EuroMéditerranée à Marseille, le quartier de l'Amphithéâtre à Metz ...), les sites naturels au travers des grands sites de France, les parcs naturels ... participent à ce processus qui conduit **à être labélisé** depuis l'échelle locale (les plus beaux villages de France), nationale (les monuments historiques) ou mondiale (le patrimoine mondial de l'UNESCO).

Le **tout patrimoine et la recherche de labélisation** conduisent à patrimonialiser pour façonner une identité revendiquée (mais partagée ?) et promouvoir un « marketing patrimonial et territorial » porté par des acteurs en réseaux. **Cette conception de la patrimonialisation s'applique aussi bien sur les mémoires que sur l'environnement.**



#### Instagrammable ...

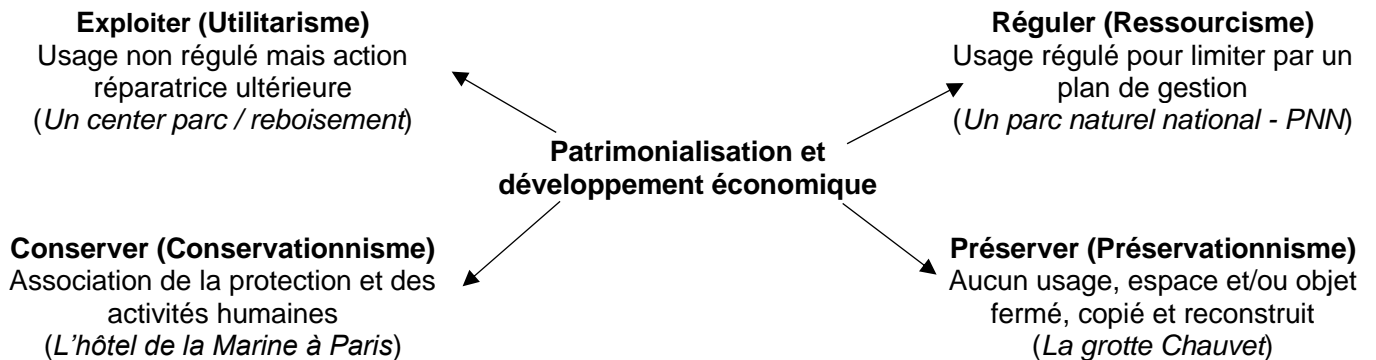
Être instagrammable, c'est une nouvelle demande et pratique des touristes. Devenue professionnelle avec les influenceurs et les réseaux sociaux, cette pratique transforme le regard sur les patrimoines ...



#### Des Atlas comme ressource

- [Atlas historique de la France](#) (dans la 3<sup>ème</sup> partie, les usages du passé)
- [Atlas mondial du tourisme et des loisirs](#)

Comment concilier alors développement, durabilité et patrimonialisation ? Plusieurs politiques sont possibles.



### Propositions de la petite fabrique pour l'axe conclusif

#### - [Propositions pour traiter l'OTC](#)

Petit texte de présentation (max 2 lignes)



#### - [Les Jeux Olympiques de Paris 2024](#)

Les patrimoines sont mobilisés pour servir de décors, de théâtres aux épreuves mais aussi pour promouvoir la métropole (marketing territorial, tourisme) et pour recomposer des quartiers péri-centraux.

Au travers des vidéos, analyser le projet de Paris 2024, le rôle du patrimoine et les imaginaires, les ambitions touristiques, les recompositions urbaines (spatiales et sociales).

[Promouvoir, aménager – projet urbain, Marketing territorial de Paris](#)

Les dernières publicités : [les toits de Paris](#), [la Seine](#), [le slogan](#)