

LES LABELS DANS LE DOMAINE DU PATRIMOINE

Colloque de la Faculté de droit, économie, gestion ; Université d'Orléans
Orléans, 15 et 16 décembre 2016
Hôtel Dupanloup

Discrètement apparue dans les années soixante, l'utilisation de la technique du *label* en matière de patrimoine connaît depuis quelques années une croissance spectaculaire. Illustrent le phénomène tant la diversité des patrimoines concernés – sont visés non seulement le patrimoine culturel (*Patrimoine du XXe siècle, Maison des illustres, Ville et pays d'art et d'histoire [VPAH], Musées de France, Entreprise du Patrimoine Vivant*), mais également le patrimoine naturel (*Jardins remarquables, Grands sites de France, Geoparks, Forêts d'exception...*) – que l'origine des labels : au plan interne, il peut s'agir de labels clairement publics d'origine étatique ou émanant d'initiatives locales (*Plus beaux détours de France, Petites cités de caractère, Communes du patrimoine rural de Bretagne*), ou de labels privés (*Port d'intérêt patrimonial, Villes sanctuaires, Patrimoine historique VMF (Vieilles Maisons Françaises)*), parfois relayés par la puissance publique (*Label Fondation du patrimoine, label BIP [Bateau d'Intérêt Patrimonial]...*) ; le droit international et européen n'est pas en reste ainsi qu'en témoignent le label *Patrimoine mondial de l'UNESCO*, ou le label *Patrimoine européen*.

Issue du domaine de l'activité économique, la technique du label appliquée au patrimoine rend compte de l'ouverture du champ patrimonial à toute une série de nouveaux objets, en référence au sens anthropologique. La multiplication des labels tend à englober tous les patrimoines, syncrétiques et holistiques pour prendre dans le même mouvement des patrimoines matériellement distincts (patrimoines architectural et urbain, muséal, naturel et paysager...). Elle montre combien les acteurs attachés au patrimoine se sont aujourd'hui diversifiés : l'intervention de l'Etat n'est pas exclusive d'initiatives prises tant par les collectivités territoriales que par un certain nombre de structures privées. La technique du label se retrouve à toutes les échelles territoriales : régionale, nationale mais aussi européenne et internationale.

Plusieurs travaux de recherche ont déjà ouvert la voie sur l'utilisation de la technique du label dans le domaine du patrimoine culturel et naturel. Pour ne rappeler que des productions récentes, un colloque à Clermont Ferrand en 2011 « *Labellisation et mise en marque des territoires* » a porté l'accent sur la mise en compétition des territoires, un article sur les labels du patrimoine culturel dans la *Lettre de l'OCIM* en juillet-août 2012 retrace pour partie la naissance de la pratique de labellisation en soulignant la diversité des labels mis en place, le numéro 63 de la revue la *Pierre d'Angle* en novembre 2013 s'interroge également sur les grands labels du patrimoine et leurs usages. Mais au-delà de ces différentes parutions ou rencontres récentes qui soulignent l'intérêt croissant pour cet outil dans un contexte concurrentiel, la dimension proprement juridique et institutionnelle du label a encore peu été étudiée.

I - Objet du colloque

Au regard de ces précédentes productions, l'objet du présent colloque est de s'interroger sur les caractéristiques et la finalité du label dans le domaine du patrimoine. À cet égard, plusieurs axes de recherche nous semblent devoir être interrogés :

1. D'abord, au regard de la foison de labels mais aussi de la concentration sur certains patrimoines privilégiés, et l'extension du label de l'objet patrimonial vers le tourisme et les visiteurs, quelle(s) définition(s) retenir pour les labels patrimoniaux comparativement aux marques ? Quelle filiation (historique, conceptuelle) peut-on établir avec les labels commerciaux ? Quelle typologie des labels peut-on établir dans le domaine patrimonial et quels sont les biens labellisables ? Faut-il aspirer à une police des labels, appeler à la création de nouveaux labels ?

2. Historiquement, quelle origine peut-on fixer au recours aux labels en matière patrimoniale ? L'utilisation des labels a-t-elle connu une évolution (au regard des conditions d'attribution, des objectifs visés, des porteurs de labels ?)

3. De plus, au vu de la multiplicité d'échelons de production et d'acteurs initiateurs publics comme privés, il est bon de s'interroger sur l'identité des acteurs promoteurs de labels et de leurs destinataires. A cet égard, quels sont les objectifs de leurs créateurs, quelles sont les stratégies des utilisateurs ? Comment les acteurs du patrimoine articulent-ils le recours à un (ou plusieurs) label(s) ? Que recherchent-ils dans le label ? Quelle concurrence peut-on observer entre les labels ? Le recours à un label relève-t-il d'une incitation ou d'un choix délibéré ? Quel rôle les parties prenantes jouent-elles dans la décision de recourir à un label ?
4. Sur un plan technique ex ante, quels sont les différents modèles d'ingénierie dans la mise en place et le fonctionnement d'un label, notamment dans l'établissement des critères d'attribution, la constitution des organes de délivrance, des comités d'experts évaluateurs, la vérification périodique du cahier des charges initial ? Y a-t-il un modèle d'organisation et de définition des critères pertinents qui assure la légitimité du label ?
5. Sur un plan technique ex post, quels dispositifs de gestion découlent de la mise en place et de la détention d'un label (services d'information, billetterie, communication, organisation d'évènements etc.) ? Y a-t-il mise en réseau entre les structures dotées d'un même label ? Comment mesurer l'avantage concurrentiel attaché à la détention d'un label ?
6. Au regard de ces préalables, il est important de s'interroger sur la portée juridique du label. Quels sont les procédés de contrôle du respect des critères du label et les sanctions potentielles ? Quelle est la réalité matérielle de ces sanctions ? Comment s'articulent les labels avec les mesures classiques de protection du patrimoine : complémentarité ou substitution ? Les labels doivent-ils être considérés comme une technique alternative de protection du patrimoine, comme une forme appauvrie de protection, traduisant un reflux de l'intervention publique ? Ou au contraire comme répondant à de nouveaux enjeux où les aspects liés à la gestion des biens patrimoniaux seraient mieux pris en compte ? Les labels ont-ils un effet normatif (et dans l'affirmative quel effet ?) sur la protection des sites ?
7. À terme, quelle est sa portée auprès des acteurs du patrimoine et auprès des publics ? Quelles sont les vertus du label et ses limites en tant qu'outil de communication de la valeur patrimoniale d'un bien, d'un territoire ou d'un site ? L'impact du label est-il réel ou bien constitue-t-il une médaille de prestige à la brillance illusoire ?
8. Enfin, quelles sont les expériences internationales comparables en Europe, en Asie, en Amérique du nord, en Afrique..., et avec quels effets ? Et les labels internationaux tels que le label du Patrimoine européen ou le label Patrimoine Mondial obéissent-ils aux mêmes schémas ?

II - Modalités de proposition de communications

Les propositions de communication sur l'un des sept thèmes énumérés seront rédigées en français et devront être accompagnées d'un résumé d'une page, ainsi que de la présentation sommaire de leur auteur.

Elles parviendront avant le 29 février 2016 à l'adresse suivante :
labelspatrimoine@univ-orleans.fr

Le conseil scientifique du colloque privilégiera les propositions de communication fondées sur une approche synthétique plutôt que les monographies.

Les communications retenues seront adressées dans leur version écrite le 25 novembre 2016 au plus tard à la même adresse :
labelspatrimoine@univ-orleans.fr

Les organisateurs du colloque prendront à leur charge les frais de déplacement et de séjour des intervenants sur Orléans.