

Test d'accès à la préparation au concours de conservateur du patrimoine

07 décembre 2021

DISSERTATION

Sujet : Pensez-vous que nous sommes rentrés dans l'ère du "tout-patrimoine" ?

Dès les années 1990, un sociologue comme Pierre-Henri Jeudy décrivait déjà un phénomène de "prolifération patrimoniale" faisant le constat que dans notre société actuelle tout objet pouvait un jour acquérir le statut d'objet patrimonial.

La notion de patrimoine a beaucoup évolué depuis sa genèse révolutionnaire, elle reste fondée par la nécessité d'une transmission aux générations futures et donc la nécessité d'une conservation. Le patrimoine vient incarner concrètement des valeurs communes, une culture partagée par une communauté ou par une nation lorsqu'il est pensé à l'échelle d'un Etat.

La fin du XXe siècle et le début du XXIe siècle sont marqués par l'extension du champ patrimonial qui s'étend à tous types d'objets, mais aussi à l'immatériel. Pourtant il n'est pas possible de tout transmettre et les impératifs de la conservation nous obligent à faire des choix dont le sens doit être soumis au filtre de la collégialité pour rechercher une forme de consensus.

Le champ patrimonial a connu une extension majeure dans la deuxième moitié du XXe siècle. Il intègre maintenant aussi bien les objets du quotidien que des pratiques culturelles immatérielles.

Lorsque Prosper Mérimée devient le premier inspecteur des Monuments Historiques en 1834, le patrimoine qu'il s'attache à protéger est d'abord celui des monuments médiévaux, chargés du poids des ans et souvent exceptionnels. Lors de la création de l'Inventaire général de la France en 1964, André Chastel invoque une image qui va de "la petite cuillère à la cathédrale". L'objet patrimonial n'est plus seulement un édifice, il peut être aussi un objet vulgaire. Cette extension du champ est tout à la fois liée au développement d'une culture de l'objet du fait de la consommation de masse, mais également à une volonté démocratique de porter attention aux plus humbles comme aux élites. Ainsi l'Ecole des Annales fondée par Marc Bloch s'est inscrite en rupture avec l'histoire politique des grands événements pour s'intéresser aux cultures matérielles et aux évolutions sociales du passé. La protection et l'étude du patrimoine a connu une évolution similaire en s'intéressant aux objets témoins de cultures matérielles populaires.

Cette extension patrimoniale a également été motivée par des disparitions marquantes voire bouleversantes pour la société, par exemple la disparition de pratiques rurales, ou encore la désindustrialisation française des années 1970. Ainsi les grandes campagnes de collecte par le CNRS dans les années 1960 pour le futur musée des Arts et traditions populaires, dans l'Aubrac ou le Queyras ont accompagné l'exode rural. La création de différents musées de la Mine comme à Lewarde ou Saint-Etienne suit de quelques décennies la fermeture des carreaux de mine. De même que la création du Musée de la chaussure à Romans a fait suite à la cessation d'activité de nombreuses usines. Il faut noter une extension récente également pour les objets contemporains, par exemple le Musée de l'imprimerie de Lyon s'est ouverte au graphisme. L'attention aux enjeux et aux pratiques contemporaines ouvre là aussi un nouveau champ possible pour la patrimonialisation.

L'intérêt pour les objets nés de la culture populaire, plus largement générés faits sociaux structurants a amené à repenser la notion de patrimoine et à l'étendre à la notion de culture qui, elle, est immatérielle. Ainsi le repas gastronomique français a-t-il pu être considéré comme un élément du patrimoine mondial. Cette nouvelle conception permet également de mieux prendre en compte les cultures non-occidentales et ce sont principalement des pays d'Afrique ou d'Amérique du sud qui ont contribué à son officialisation par l'UNESCO.

Si le champ patrimonial s'est étendu, il n'est pourtant pas possible de tout conserver et de tout transmettre. L'accumulation d'objets ou de pratiques ne pourrait aboutir qu'à un ensemble hétéroclite et absurde. Conserver exige de faire des choix.

Quelles sont les motivations profondes de la transmission ? Quels peuvent être les critères d'un tri ?

La "prolifération patrimoniale" est souvent associée à l'image d'une société effrayée par l'accélération des transformations auxquelles elle doit faire face, à l'image d'une société qui se réfugie dans le passé pour essayer de ralentir le présent et de conjurer sa peur d'un avenir incertain. Si ce point de vue s'adosse certainement à une part de vérité, il n'en reste pas moins qu'une société a besoin de s'ancrer dans le passé pour clarifier ses valeurs fondamentales afin d'envisager le futur.

Conserver des objets, faire respecter des pratiques et les faire perdurer nécessite des ressources, qu'elles soient humaines ou financières. La conservation d'objets ou de cultures dépend donc de la valeur symbolique et du sens qu'on leur attribue, ce qui nécessite de mettre en place des processus de sélection où le sens est questionné de façon collégiale. Ainsi la protection au titre des Monuments Historiques ou l'entrée dans la collection d'un Musée de France font l'objet de procédures où de nombreuses voix se font entendre, celle du propriétaire, celles des experts de chaque domaine, celle de personnalités pertinentes, élus, universitaires, etc. Cette sélection s'appuie sur des critères où la singularité a sa place, mais aussi la prise en compte d'un contexte. Ainsi il n'est pas possible de conserver tous les vestiges de l'activité industrielle, certaines grues portuaires seront détruites pour laisser place à une autre activité, mais une grue a pu être classée Monument Historique sur le port de Brest pour témoigner d'une série qui était bien plus large. De même l'entrée d'une œuvre d'un peintre mineur peut être justifiée dans un musée déploie des collections liées à l'histoire locale et n'aura pas de sens dans un autre.

De même la labellisation au titre du patrimoine mondial par l'UNESCO fait l'objet d'une procédure longue de plusieurs années et prend en compte aussi bien des critères historiques ou culturels que des critères de développement économiques ou encore diplomatiques. Nîmes en a fait récemment les frais et après la réception de nombreuses candidatures françaises dans les années précédentes, elle n'a pas reçu sa labellisation. La constitution d'un patrimoine est certainement d'abord la construction d'un consensus social qui peut se faire maintenant au niveau mondial.

Ainsi donc on peut faire le constat que le "tout-patrimoine" n'est pas sans réalité. Tout objet, toute pratique est aujourd'hui susceptible de devenir patrimoine. En revanche, tout ne deviendra pas patrimoine et c'est à l'issue d'un tri mené par des experts, mais également d'une décantation par la société de ce qui fait sens pour elle, que se constitue le corpus de ce qui sera transmis aux générations suivantes.

ANALYSE ET COMMENTAIRE D'UN DOCUMENT VISUEL

Cet extrait d'une publicité pour le Loto du patrimoine est révélateur des enjeux actuels de la conservation et de la mise en valeur du patrimoine architectural. Initié par la Mission Berne, il met en jeu la mobilisation d'un public le plus large possible et la recherche de nouvelles sources de financement.

La démocratisation culturelle cherche à rendre le patrimoine accessible à tous et donc à élargir ses publics. L'approche marketing tend actuellement à être intégrée dans les stratégies plus globales des politiques culturelles.

Cette image publicitaire utilise des codes graphiques proches de ceux de prospectus de supermarchés, ciblant un public populaire. Les couleurs sont vives, relevés de tons dorés. Elle utilise les codes de l'univers du "game", la notion de mission à accomplir, le fond texturé d'une carte au trésor. Enfin elle invoque un imaginaire collectif en présentant l'image du Monument Historique le plus visité en France, le Mont Saint-Michel quand bien même il ne correspond pas du tout au type de monument restauré par la Fondation du patrimoine.

Le public des Monuments Historiques comprend un plus large spectre de catégories socio-professionnelles que les musées d'art. Ils sont plus accessibles à un public moins éduqué et souvent plus populaire qui peut en partie correspondre au public adepte des jeux de hasard. Ces jeux peuvent donc être un levier utile pour toucher ce public cible.

La figure de Stéphane Berne est un élément également important de cette stratégie marketing. La mission de l'animateur télévisuel a été voulue par le président de la République qui lui a demandé d'identifier les monuments à restaurer en priorité, mission qui concernait au premier chef le patrimoine non protégé. Associer une figure médiatique, connue pour son amour du patrimoine, permet de toucher un large public et d'associer sa notoriété à celle d'un patrimoine méconnu qui trouve ainsi une nouvelle audience et bénéficie d'un nouveau regard. En s'adossant à la Fondation du Patrimoine et en collaborant avec les services du ministère de la Culture, la mission Berne a construit une légitimité qui aurait pu lui faire défaut.

La dimension participative de cette opération ne s'inscrit pas seulement dans une stratégie marketing. Elle s'inscrit également dans la recherche de nouveaux financements dans un contexte de rigueur budgétaire aussi bien de l'Etat que des collectivités territoriales.

Le Loto du Patrimoine et ses déclinaisons constituent une nouvelle source de financement au même titre que les subventions ou le mécénat. On peut considérer qu'il fait partie des financements participatifs au même titre que les levées de fonds de type "crowdfunding". Il a l'avantage de toucher un public beaucoup plus large, moins intéressé et moins engagé. Les monuments qui bénéficient de ce soutien sont sélectionnés sur des critères d'intérêt historiques, de singularité, d'urgence, mais également sur leurs difficultés à trouver les financements. Cette nouvelle ressource représente souvent une aubaine aussi bien pour des propriétaires privés que pour des collectivités territoriales.