



Abdellatif Ait Heda et Vincent Meyer (dir.)- *La valorisation des patrimoines, authenticité et communication* (Agadir: Publications de l'Université Ibn Zohr, 2015), 634 p.

Cet ouvrage collectif s'intéresse à la relation entre trois concepts déterminants d'une approche empirique du patrimoine naturel, matériel et immatériel au Maroc: la valorisation, l'authenticité et la communication. La question mérite d'être évoquée entre ces trois composantes alliant la portée symbolique de la patrimonialisation, l'importance de la sauvegarde et de la vulgarisation, le tout dans un contexte lié aux nouvelles formes de territorialisation.

En effet, ce travail propose une réflexion interdisciplinaire sur les enjeux de la gouvernance du patrimoine, dont le fil conducteur est l'interrogation sur le rapport au temps, le changement social en relation avec le processus de patrimonialisation, sous toutes ses facettes de diagnostic, de sauvegarde, d'étude, d'institutionnalisation et de vulgarisation.

Dès la préface, on comprend la variété et le panorama des recherches récentes dans les champs d'application de la culture, de l'oralité, du patrimoine et de la communication.

Les deux auteurs de la préface et la postface, respectivement Hassan Rachik et Françoise Bernard insistent tous les deux sur la dimension épistémologique que le chercheur devrait adopter face à ce genre de thématique dans leur prolongement social et temporel. La dimension pratique, au sein de plusieurs approches, permet de "penser ensemble les enjeux et les pratiques de la valorisation des patrimoines culturels et naturels dans la perspective de la durabilité" (F. Bernard, 633).

L'ouvrage permet d'aborder la pertinence et la qualité des questions fondamentales sur le patrimoine selon les recherches entamées dans le cadre du marketing territorial et sa dimension touristique et économique, ainsi que les études historiques, sociologiques, anthropologiques et géographiques sur le patrimoine et sa territorialisation. La variété des bibliographies annexées à chaque article témoigne de la qualité de cette approche collective.

Cette évolution s'articule autour de plusieurs projets dans le cadre du programme "Langages, objets, territoires et hospitalités" (LOTH) piloté par

Vincent Meyer, (codirecteur de l'ouvrage) qui s'intéresse au développement territorial au Maghreb en relation avec la valorisation du patrimoine. Cette ambition qui n'est pas des moindres, associe plusieurs chercheurs du nord et du sud de la méditerranée, avec des réflexions d'envergure internationale, dont Michelle Gellereau soulevant les thématiques de la médiation et de l'appropriation collective du patrimoine.

L'ouvrage se décline alors en deux parties: la première partie traite des axes de l'institutionnalisation, de la valorisation du patrimoine et du rôle de la communication et des pratiques de vulgarisation; la seconde partie met en relation les facteurs d'authenticité, de communication et de patrimoine.

Plusieurs études de cas à l'international sont présentes à côté de cas nationaux traités par des chercheurs issus de différentes universités. Les contributions mobilisent les notions de patrimoine naturel, culturel, matériel et immatériel. Les études sont réparties sur le nord, le centre et le sud du pays.

Dans la première partie, le premier bloc d'articles se penche sur les effets de la patrimonialisation, notamment le développement touristique et la promotion de territoires responsables qui orientent plusieurs études actuelles. Tous les aspects culturels, sociaux et économiques sont mis en relief par les chercheurs.

La communication joue un rôle important dans la mesure où ils insistent tous sur cette dimension dans la constitution de la marque et de l'identité des territoires, que ce soit sur le plan réel ou virtuel, à travers les technologies de l'information et de la communication.

Des villes, comme Taroudant, Agadir, Fès, Chaouen, Nador, Ait Benhaddou ..., constituent autant de cas d'étude et d'analyse sous l'angle de l'authenticité liée au patrimoine architectural, Culturel, environnemental, etc.

Le second bloc met le point sur le rôle des décideurs publics (élus et autorités), le rôle des associations et des moyens et technologies de l'information et de la communication dans le développement du patrimoine architectural local et régional. Les démarches sont multiples, notamment dans le cadre du marketing territorial et son impact promotionnel et communicationnel du patrimoine rural et urbain. Les aspects touristiques et leur impact sur la valorisation et la promotion sont présents dans la plupart des études compilés dans cet ouvrage.

Dans une démarche similaire, la valorisation et la sauvegarde du petit patrimoine occupe une part de la discussion autour des sites locaux pouvant constituer une mémoire et une source de développement local. Pour rendre

compte de la complexité, plusieurs approches sur les représentations, la portée symbolique, la place de la femme, etc. sont mobilisées pour comprendre, étudier et valoriser ce genre de patrimoine. Les territoires sont porteurs dans ce sens, de compétences et réputations spécifiques, et la mise en place d'une politique capable de les redynamiser est étroitement liée à leur intelligibilité. Le développement local et la valorisation économique soulèvent des questions de l'appropriation et de la participation des populations occupant les territoires.

La deuxième partie, plus centrée sur la communication et la valorisation, permet de distinguer les pratiques et usages de la communication, de la dimension identitaire, du rôle des ONG dans la valorisation et la promotion du patrimoine. Plusieurs articles reviennent sur les structures et les enjeux de la communication à travers les engagements citoyens, les enjeux de labellisation et l'exploitation du terroir (produits et AOC, etc.). Cette culture étant nouvelle au Maroc, l'échange pourrait inciter à de nouvelles formes de communication inspirées de ces modèles et adaptées au contexte marocain.

Malgré toutes les intentions formalisatrices de la relation entre les trois dimensions, les apports de la communication territoriale restent circonscrits à la symbolique de l'authenticité et de l'ancrage culturel et leur rôle dans la définition de l'identité des territoires.

Même si l'ensemble des exemples et des cas traités sont riches d'enseignements, quelques questions demeurent; on regrette une certaine absence de soubassement théorique structurel de l'ensemble de l'activité patrimoniale dans sa dimension communicative. Le point est mis surtout sur une approche plurielle, certes caractéristique des colloques, mais qui occulte la dimension structurelle de l'apport *stricto sensu* de la communication dans l'authenticité et la valorisation des patrimoines dans le but de créer des dynamiques socio-culturelles génératrices de retombées économiques. Au vu du titre et du nombre des cas étudiés, on aurait par exemple pu attendre une classification, constituant un fil conducteur de l'ensemble de la réflexion construite sur le territoire et le processus de patrimonialisation au Maroc.

Au regard de l'ensemble des apports généraux, cet ouvrage ouvre des perspectives nouvelles de recherche et de réflexion sur les questions territoriales en rapport avec la dimension communicationnelle grandissante et la nouvelle architecture régionale au Maroc.

Mohamed Bendahan
Université Mohammed V de Rabat