Processus collaboratifs communicationnels de valorisation du territoire par les savoir-faire : Vers Une Cité Européenne du Verre ?

VUCEDV

## Contexte, positionnement et objectif(s) du projet

Nous proposons un projet de recherche-action sur l’activité verrière de la ville de Biot et sa patrimonialisation (Davallon, 2014) en tant qu’objet co-construit sur le territoire avec de nombreux acteurs partageant une préoccupation commune, un phénomène qui a connu un déploiement ces cinq dernières années sur de nombreux territoires (Rochette, Zumbo-Lebrument & Féniès, 2016).

Biot une ville de 10 000 habitants des Alpes Maritimes dispose d’atouts indéniables de séduction dans le marché mondialisé du tourisme culturel (Lipotvetsky & Serroy 2013) avec son village classé avec vue mer à moins de 2km de la Méditerranée et son appartenance à la technopole de Sophia Antipolis. Elle est jumelée avec Tacoma aux Etats-Unis (État de Washington), ville aussi connue pour son travail du verre et son *Glass Museum*. Biot abrite depuis le 18ème siècle une activité verrière et a accueilli Fernand Léger dès les années 1950 qui lui a légué un fonds devenu Musée National Fernand Léger. Plusieurs générations de plasticiens travaillant la terre, l’argile pour la poterie et la silice pour le verre, se sont succédées depuis aux abords du village. Biot reste cependant très en retrait dans la dynamique de valorisation du patrimoine local en comparaison de la commune voisine de Saint-Paul de Vence devenue un lieu de villégiature d’artistes célèbres et abritant la Fondation Maeght. Dans d’autres régions, Saint-Louis-Lès-Bitche en Moselle avec les cristalleries Saint-Louis, Carmaux dans le Tarn avec son Musée du Verre ou Stock-on-Trent (Grande Bretagne) pour la porcelaine devenue *World Capital of Ceramics*, ont su revitaliser leur image de marque grâce à la mise en exposition de leur savoir-faire et de leurs entreprises (Noyer, Raoul, Pailliart, 2013).

À Biot, seule l’entreprise « La Verrerie de Biot » draine un nombre important de visiteurs, 900 000 en 2015 grâce à des campagnes marketing ciblées sur le tourisme de masse mais qui exclut le reste du village. Du point de vue de l’architecture et de l’urbanisme, on peut déplorer le délabrement des ateliers verriers qui défigurent les alentours du village alors qu’une partie de la production de verre est délocalisée, ainsi que la désertification du centre historique au profit des zones résidentielles périphériques alors que des initiatives isolées comme une manifestation d’art contemporain organisée sur le centre historique classé avec des moyens réduits a montré combien celui-ci peut attirer un public très diversifié.

Biot illustre la polysémie du terme « culture », alliant la culture artistique, la culture consacrée (musée, galeries), à la culture historique (vestiges) et à la culture artisanale (verrerie) et patrimoniale (village classé et vestiges d’un passé agricole avec ses restanques et ses canaux d’irrigation).

La ville a un autre un atout majeur : sa population multiculturelle d’un niveau d’études fortement supérieur à la moyenne nationale et de très nombreuses nationalités attirées par les emplois de la technopole.

Dans ce contexte atypique, des rencontres informelles entre différents acteurs socio-économiques, ont souligné la carence de dynamique de patrimonialisation de l’activité verrière. Parmi eux, une chercheuse en information & communication du laboratoire SIC.Lab Méditerranée a mis en évidence le besoin d’un projet de recherche sur la valorisation du savoir-faire verrier. La priorité a été d’emblée de penser un développement au plus près des aspirations des habitants à partir d’un dessein citoyen suscitant l’adhésion par la co-construction entre les différentes parties prenantes dans une dynamique *bottom up*. En effet, l’observation participante de plusieurs concertations citoyennes par des chercheurs du laboratoire SIC.Lab leur a déjà permis de constater les difficultés voire les échecs des projets déjà fixés sans écoute préalable.

## Organisation du projet et moyens mis en œuvre

Ce projet de patrimonialisation du savoir-faire se présente comme un projet de recherche-action avec plusieurs aspects innovants car il trouve au cœur de plusieurs disciplines dont les SIC et les sciences de gestion ce qui permet une approche interdisciplinaire, voire pluridisciplinaire. Il contribue à renouveler le paradigme sur le sujet en proposant un angle d’analyse communicationnel. (D’Hennezel, 2017).

**En premier lieu, il s’inscrit dans un processus collaboratif** : habitants, organismes de formation, entreprises et collectivités locales seront parties prenantes dès le stade initial du projet qui se définit dans une logique de co-construction.

**En second lieu, il a l’ambition de susciter la naissance d’un pôle multidisciplinaire autour du verre avec la création :**

* D’activités de recherche sur le verre ;
* D’une activité d’enseignement professionnel avec la mise en place d’une formation aux métiers du verre en liaison avec le lycée professionnel ;
* D’un pôle de production technologique et artistique avec l’installation de fours à verre ;
* D’ateliers, de galeries et d’un musée regroupant des pièces anciennes ;
* D’activités de médiations et de réception des publics autour du soufflage du verre.

**La problématique globale est la suivante**: comment une recherche-action sur la valorisation de savoir-faire traditionnels associés à des processus de création contemporaine peut-elle contribuer au développement d’un territoire, à sa dynamique économique et à l’affirmation de son identité artistique et culturelle ?

**Deux hypothèses en découlent :**

H1. L’attractivité du verre permet d’en faire un outil privilégié de valorisation du territoire de Biot.

H2. De ce fait, il est possible de développer autour du verre une expérience sensible telle que Jean-Jacques Boutaud la conceptualise dans ses travaux en sémiologie concernant la sollicitation des sens dans de~~s~~ expériences de tourisme ou de consommation.

Le déroulement du projet est prévu en plusieurs phases dont certaines seraient menées simultanément en nous appuyant sur le potentiel des doctorants des laboratoires concernés et des étudiants de master en information et communication encadrés par des enseignants-chercheurs.

**Dans une première phase**, le projet consiste à identifier les besoins et les objectifs des différentes étapes de cette valorisation en réalisant dès l’accord de l’ANR :

1. Une revue de littérature exhaustive concernant l’activité verrière en collaboration avec l’USTV (Union Scientifique et Technologique du Verre) concernant à la fois son économie, son histoire et sa géographie ainsi que ses évolutions technologiques. Cette revue de littérature serait accomplie par des doctorants du laboratoire SIC.Lab et des étudiants de master du département des sciences de l’Information et de la Communication dans le cadre de leur formation encadrés par des enseignants-chercheurs.
2. Une étude comparative de différents programmes de patrimonialisation de l’activité verrière ou de savoir-faire proches en se déplaçant in situ :

* Au Centre d’Art du Verre, Carmaux (Tarn),
* À la Cristallerie Saint-Louis, Saint-Louis-Lès-Bitche (Moselle),
* À la World Capital of Ceramics, Stock-on-Trent (Midlands, GB),
* Au Tacoma Glass Museum (État de Washington, USA).

1. Une étude sémiologique des terminologies utilisables ou à créer :
   * Diffusion du vocabulaire technique,
   * Vocabulaire esthétique et sensible,
2. Une étude sur l’approche de l’art du verre par le marketing expérientiel, notamment celui associé au vécu touristique à construire en dépassant les modèles déjà existants (qui feront l’objet de déplacements d’études).

L’objectif de cette première phase serait d’obtenir un état de l’art exhaustif des dispositifs muséologiques applicables au verre avec une étude de faisabilité d’une exposition semi-permanent in situ d’œuvres monumentales à mettre en place dans le village et l’organisation d’une biennale du verre.

**Dans une deuxième phase** qui commencera à la fin du premier trimestre 2019 se dérouleront simultanément plusieurs phases de recherches.

1. La réalisation de plusieurs séries d’entretiens semi-directifs qui cibleront un large échantillon de la population répartie par catégories :

* Les acteurs de l’activité verrière,
* Les acteurs économiques hors activité verrière (collectivités locales, acteurs du tourisme et de l’économie, entreprises, CCI, Chambre des Métiers, etc.)
* Les associations,
* Les acteurs de la formation (lycée professionnel, IUT, Skema Business School, opérant sur la technopole de Sophia Antipolis)
* Les chercheurs des laboratoires en science physique, en géologie, en histoire et en anthropologie
* Les résidents habituels et les saisonniers.
* Les publics (touristiques, culturels).

L’analyse des données avec NVIVO permettra d’obtenir une cartographie des différentes visions l’activité verrière à Biot et de son potentiel de patrimonialisation afin d’identifier, les points de convergences et les points de friction entre les différents acteurs.

1. La réalisation d’ateliers inter-catégoriels.

La rédaction d’un Livre Blanc de l’innovation collaborative sur un territoire conclura le projet de recherches. Il sera diffusé en version numérique sur un site dédiée ainsi qu’en version papier dans un lieu physique (salles des associations, mairie) et donnera lieu à l’ouverture d’une forme d’enquête publique permettant à chacun d’apporter ses observations au projet avant sa publication en version finale.

**Les moyens humains.**

**Le coordinateur** scientifique est Franck Debos maître de conférences en sciences de l’information et de la communication à Sophia-Antipolis au département Information Communication de l’IUT de Nice Côte d’Azur, membre de l’équipe SICLAB du laboratoire I3M dont il est le trésorier, université Nice Sophia Antipolis, membre de l’UCA.

Sa solide expérience depuis plus de dix ans au sein de projets de recherche lui permet de maîtriser l’ensemble des dimensions de la gestion de projet, des méthodologies et des modes de gouvernance qui y sont associés. Cette expertise des projets de recherche se traduit récemment par la coordination du projet ECOFAMILIES (2011/2013) dans le cadre du dispositif PACA LABS, l’intégration au sein du projet OPENRJ qui fait partie également du dispositif PACA LABS (2014/2015) et la participation en tant que membre du comité du pilotage du projet PARTITA (projet en cours : 2017/2019) qui s’inscrit dans le cadre de l’IDEX porté par l’UCA JEDI.

Son rôle sera d’encadrer le choix des orientations de ce processus de recherche (détermination du cadre de la recherche, définition et mise en place de la méthodologie associée à cette démarche, analyse des résultats et des propositions, etc.) mais également d’assurer le contrôle juridique et financier.

**Le consortium**

**Véronique Anderlini-PILLET** docteur en SIC, membre de l’équipe SICLAB et chercheuse associée au laboratoire I3M, université Nice Sophia Antipolis membre de l’UCA. Biotoise impliquée dans la vie locale, elle a conçu le projet proposé avec Franck Debos. Elle travaille sur les stratégies de communication créatives et culturelles des entreprises et enseigne la conduite de projet à l’IUT de Nice. Elle assurera la coordination sur le terrain des différentes actions et la communication du projet.

**Paul RASSE**, Professeur des universités, directeur du laboratoire I3M, université Nice Sophia Antipolis membre de l’UCA, Directeur du Master Évènementiel Médiation et Ingénierie Culturelle, travaillera sur la problématique du développement local à partir du patrimoine culturel.

**Nathalie RICHEBE** (laboratoire KTO, Skema Business school, Sophia Antipolis) travaillera en psychologie sociale sur les aspects micro-organisationnels.

**Fabienne SOLDINI**, chargée de recherches CNRS-AMU (Laboratoire Lames) spécialiste de la sociologie de la réception et de la culture travaillera sur les publics.

# Les moyens financiers

Outre les déplacements sur le site, le projet nécessite plusieurs voyages d’information sur des territoires ayant des dynamiques de valorisation par l’activité verrière. Enfin l’organisation opérationnelle du projet sera gérée par Véronique Pillet avec un contrat à durée déterminée d’ingénieur de recherches compte tenu de sa triple expérience de consultance dans le secteur privé, de chercheuse et d’experte du terrain de recherche comme résidente de Biot et citoyenne impliquée dans vie locale. Le budget global nécessaire est de 199 000€. Il inclut les déplacements, la documentation, l’organisation d’ateliers et de réunions de restitution, le matériel informatique nécessaire notamment le matériel d’enregistrement et la transcription des entretiens, les publications, et le coût total salarial de l’ingénieur de recherche sur 18 mois.

## Impact et retombées du projet

Les attendus du projet répondent aux enjeux de recherche inscrits au Plan d’Action 2018 en plusieurs points. D’une part, l’enregistrement des entretiens dans le respect de la protection des données personnelles et les différents recueils d’information sous forme de enquêtes de terrain et de collectes de documents permettront la constitution du corpus associé au projet de recherche qui sera ensuite mis en ligne dans un carnet de recherches sur la plateforme Hypotheses.org à accès restreint et sera également mis à disposition sous forme de publication, d’autre part, la préservation des archives à long terme fera l’objet de dispositions particulières convenues entre la Cité Européenne du Verre et le laboratoire SIC.Lab.

Son impact se situe à plusieurs niveaux.

D’un point de vue scientifique, il permettra de formaliser un processus collaboratif d’innovation communicationnelle, du point de vue économique en renforçant de manière spectaculaire l’identité du territoire à travers ses savoir-faire en les réorientant vers la création contemporaine, il encouragera l’émergence d’un réseau d’activités et de formation à travers la commune et au-delà.

Du point de vue de la création d’une expérience sensible, le processus de recherche-action permettra d’aboutir à la création à Biot d’une Cité Européenne du Verre, puissant vecteur d’une identité de marque territoriale, culturelle et de savoir-faire qui ouvrira d’autres potentialités liées à un tourisme expérientiel.

Parallèlement à ces deux phases, l’identification d’un lieu d’implantation permettrait de lancer un concours d’architecture pour la réalisation de la Cité Européenne du Verre.

Notre projet dépassera le contexte local étudié pour interroger les possibilités de fertilisations croisées d’un territoire en partant de sa richesse géologique, de son patrimoine historique et de ses savoir-faire en le mettant en miroir avec les potentialités créatives et scientifiques de ses spécificités.

## IV. Bibliographie

Bernard F. (2010). Pratiques et problématiques de recherche et communication environnementale explorer de nouvelles perspectives. *Communication et Organisation*, 37.

Bernard F. (2007). Communication engageante, environnement et écocitoyenneté : un exemple des « migrations conceptuelles » entre SIC et psychologie sociale. *Communication et Organisation*, 31.

Boutaud J.-J. (2007). Du sens, des sens. Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible. *Semen, 23*.

Boutaud J.-J. (dir.). (2016). *Sensible et communication, du cognitif au symbolique.* Londres : Éditions ISTE.

Cohen-Bacrie B. (2010). Développe*ment durable et communication territoriale*, Paris : Éditions Weka. Davallon J. (2014). À propos des régimes de patrimonialisation : enjeux et questions. Colloque *Patrimonialisation et soutenabilité du patrimoine : réflexion et prospective*. Nov. Lisbonne (Portugal).

D’Hennezel C. (2017).

Filser M. (2002). Le marketing de la production d’expérience. *Décisions Marketing*, n°28.

Liebaert T. *Communication et environnement. Le Pacte impossible*. Paris : PUF, 2010.

Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2013). *L’esthétisation du monde : vivre à l’âge du capitalisme artiste*. Paris : Gallimard.

Noyer J., Raoul B., Pailliart I. (dir.). (2013). *Médias et territoires : L'espace public entre communication et imaginaire territorial*. Lille : Presse Universitaire du Septentrion.

Rochette C., Zumbo-Lebrument C. & Féniès P. (2016). Identification des enjeux pour les parties prenantes et les acteurs engagés dans la construction d’une marque région*. Gestion et Management public*, volume 4, n°3.