

Table des matières

Sommaire	7
Introduction	11

Première partie

Le label patrimonial : définitions et finalités

Un marqueur multiforme	17
-------------------------------------	----

Yvon LAMY

Labelliser le mémorable. Un « pari » pour les biens et les sites culturels publics protégés?	19
I. Les patrimoines culturels et leur éclectisme : de quel héritage parle-t-on? ...	19
II. Le tournant de la décennie 1980 en France : l'horizon du mémorable « s'ouvre » à l'infini	22
III. La « <i>Labelling Theory</i> » : des échanges commerciaux aux sciences sociales	25
IV. Le label et ses assignations : identification, excellence, attraction, notoriété, mécénat	26
V. Un pari de développement?	29

Philippe TANCHOUX

De l'offre à la demande de patrimoine. L'émergence des <i>labels</i> comme marqueurs distinctifs d'attention	31
I. Juridiques ou touristiques : naissance des signes distinctifs du patrimoine (1830-1960)	32
A. La « <i>production de patrimoine</i> » constitutive d'une « <i>offre patrimoniale</i> » ...	33
1. Classement/inscription : premiers marqueurs juridiques de la sélection patrimoniale d'État	33
2. Inflation du champ patrimonial et diversification des marqueurs juridiques	34

B. <i>Lavènement d'un « marché patrimonial » à partir des années 1950</i>	35
1. Les marqueurs valorisants de la littérature touristique 1800-1950	35
2. Marchandisation des patrimoines et pérennisation des marqueurs traditionnels après 1950	36
II. La distinction des patrimoines par le label à l'heure des stratégies concurrentes (1960-2016)	37
A. <i>Le label patrimonial comme marqueur attractif ou comme alerte de patrimoines délaissés</i>	37
1. Compétition d'attractivité et mise en label des patrimoines	37
2. Revendication de patrimoines délaissés et mise en label	38
B. <i>Le label patrimonial comme vecteur des politiques publiques</i>	39
1. Nouveaux enjeux de politiques publiques de l'État et labellisation patrimoniale	39
2. Les distinctions supra nationales au profit de l'identité européenne et du patrimoine de l'humanité	40
C. <i>Succès, valeur marginale et pégiosité des labels</i>	41
Conclusion	43

Mélanie DUVAL, Ana BRANCELJ, Christophe GAUCHON,
Charlotte MALGAT et Aurélie POTIN-FINETTE

Un label qui ne dit pas son nom. L'inscription au Patrimoine mondial : examen critique et enjeux territoriaux d'une terminologie	45
I. Des principes de la Convention du Patrimoine mondial à l'emploi du vocable de label	46
A. <i>Présentation synthétique des principes de la Convention et de la mise en place de la liste du Patrimoine mondial</i>	46
B. <i>Emploi des vocables de « label » et de « labellisation » pour qualifier l'inscription au Patrimoine mondial</i>	47
II. De la notion de label à l'examen critique de la liste du Patrimoine mondial	50
A. <i>Retour aux sources : étymologie et définitions</i>	50
B. <i>Inscription au PM : label or not label ? Examen critique de la démarche d'inscription au regard de la définition du label</i>	52
1. Présence d'un cahier des charges	53
2. Une évaluation par un tiers	56
3. Attribution limitée dans le temps, contrôles éventuels et possibilité de retrait	59
4. Attribution d'un signe distinctif	63
Conclusion	68

Jean-Marie BRETON

Les labels du tourisme, instruments de valorisation patrimoniale ?	71
I. La labellisation dans le secteur du tourisme : nature et objet	72
A. <i>La nature et les acteurs des labels à connotation patrimoniale (directe ou indirecte)</i>	72
1. Les labels nationaux (à caractère étatique et/ou privé)	72
2. Les labels extra-nationaux	74
a. L'Écolabel européen	74
b. Le Patrimoine mondial (matériel et immatériel) de l'Unesco (PM)	75
B. <i>Champ et objet des labels</i>	75
1. Labels et valorisation patrimoniale	75
2. Développement durable et économie circulaire/participative	77
II. La valeur des labels à but touristique : régime et portée	79
A. <i>Le cadre et le régime juridiques des labels</i>	79
1. L'instauration des labels	79
2. La gestion des labels	81
B. <i>Dimension et valeur patrimoniales</i>	82
1. Quant au statut : l'encadrement normatif et les limites	82
2. Quant au régime : les préconisations de la loi LCAP	83
3. Quant aux effets : l'impact et l'effectivité	85

Sylvie MARCHANT et Élodie ROLAND

Les labels ministériels en région Centre-Val de Loire	89
I. Le label <i>Jardin remarquable</i>	89
II. Le label <i>Maisons des Illustres</i>	91
III. Le label <i>Villes et Pays d'Art et d'Histoire (VPAH)</i>	93
IV. Le label <i>Architecture contemporaine remarquable, anciennement Patrimoine du XX^e siècle</i>	97
V. Le patrimoine du XX ^e siècle du point de vue de l'architecte des bâtiments de France	102
Conclusion	104

Un marqueur multifonction	105
--	-----

Oliver AïM et Emmanuelle LALLEMENT

Labels du patrimoine : une nouvelle dialectique entre art et économie ?	107
Introduction	107
I. La passion labellisante	108
II. Qui labellise qui ? Performativité et réciprocité des labels	110

III. Marque/label	111
Conclusion	113
 <i>Paul ARNOULD et Christèle GERNIGON</i>	
Labels au bois dormant. <i>Forêt d'Exception®</i> : quand l'ONF sort du bois	115
Introduction	115
I. Question d'actualité, problème de toujours	116
II. <i>Forêt d'Exception®</i> , un label, un logo, des acteurs pour valoriser la forêt	118
A. <i>Une démarche en rupture avec les tentatives antérieures</i>	118
B. <i>Les raisons de la labellisation : exemplarité et partenariat</i>	119
C. <i>Le label Forêt d'Exception, un label de plus ?</i>	119
III. La construction du processus de labellisation <i>Forêt d'Exception</i> , une appropriation progressive	121
A. <i>Quel apport du label Forêt d'Exception ?</i>	121
B. <i>Quelles forêts labelliser, selon quels critères de sélection ? Le choix des lieux pour représenter la forêt domaniale et pour mailler le territoire</i>	121
C. <i>Comment labelliser ? Crédibilité et légitimité apportée par la charte nationale</i>	122
IV. La concertation et le dialogue sont l'ADN de la démarche <i>Forêt d'Exception®</i>	123
A. <i>Quelle réelle place donnée au dialogue dans ce partage des pouvoirs ?</i> ...	123
B. <i>Une gouvernance locale « sur-mesure »</i>	124
C. <i>La nécessité d'une instance nationale : le comité national d'orientation Forêt d'Exception</i>	125
D. <i>Le va-et-vient du local et du national : la prise de recul et l'apport des autres expériences</i>	126
E. <i>Faire réseau, faire exemple. Relier l'exceptionnel à l'ordinaire</i>	126
Conclusion	128

Mai-Anh NGO

Le label <i>Tourisme et handicap</i> : symbole d'une accessibilité du patrimoine protégé aux personnes en situation de handicap	137
I. L'objectif recherché du label <i>Tourisme et handicap</i> : une valorisation d'une accessibilité renforcée du patrimoine protégé	138
A. <i>Une démarche rigoureuse dans la forme</i>	138
B. <i>Une démarche ambitieuse sur le fond</i>	140
II. La portée perfectible du label <i>Tourisme et handicap</i>	142
A. <i>Les limites liées au règlement d'usage du label</i>	142
B. <i>Les limites liées au caractère sectorisé du label</i>	143

Claire HAUTEFAYE-BOSSEBOEUF

Les paradoxes liés à la mise en œuvre des dispositions relatives à l'appellation <i>Musée de France</i>	145
I. Les impératifs de gestion des collections posés par la loi <i>relative aux Musées de France</i>	147
A. <i>L'obligation d'inventaire</i>	148
B. <i>L'obligation de récolement</i>	149
II. La difficile mise en œuvre du contrôle scientifique et technique de l'État sur la gestion des collections des Musées de France	150
A. <i>L'absence de dispositions sanctionnant le non-respect,</i> <i>par un « Musée de France », de ses obligations législatives</i>	150
B. <i>L'impossibilité pour l'État de pallier les problématiques</i> <i>de gestion des collections</i>	151

Line TOUZEAU-MOUFLARD

Le label <i>Patrimoine européen</i> , un label faussement consensuel?	153
I. Un projet ambitieux : témoigner de l'unité culturelle de l'Union européenne	154
A. <i>Un label pour identifier un héritage commun</i>	155
1. L'émergence d'un sentiment européen	155
2. La recherche des sites témoins	156
B. <i>Un label pour valoriser l'héritage commun</i>	158
1. Des objectifs précis fixés aux sites labellisés	158
2. Le contrôle et la permanence de l'action	158
II. Une concrétisation en demi-teinte : une action dépendante de la volonté des États	159
A. <i>Un outil au service des États membres</i>	160
1. Un dévoiement possible de cet outil patrimonial	160
2. L'indispensable action des États membres	161
B. <i>Le rôle subsidiaire de l'Union européenne</i>	162
1. Le déploiement de l'action européenne	162
2. Les compétences limitées de l'Union européenne en matière de culture ..	163

*Sophie FERKATADJI HUME, Cécilie DE SAINT VENANT, Stéphane CHASSINE,
Julien GUINHUT et Bernard VELLA*

Table ronde 1. Stratégie des demandeurs de labels	165
---	-----

Deuxième partie

Le label patrimonial : juridicité et fonctionnement

Une norme de droit souple 183

François PRIET

Les labels en matière patrimoniale : essai d'identification juridique 185

I. Les fonctions des labels 186

A. *Les relations entre labels et patrimoine* 187

1. Le label, témoin de l'extension de la notion de patrimoine 187

2. La nature des relations entre label et patrimoine 188

B. *La diversité des objectifs* 189

1. Le contenu des objectifs poursuivis 189

2. Le renouvellement des formes d'intervention
des collectivités publiques en faveur du patrimoine 193

II. La force normative des labels 194

A. *L'indifférence des sources* 195

1. Les « sources spontanées » 195

2. Les labels créés par l'État 196

3. Les labels internationaux 198

B. *L'étendue de la force normative des labels* 198

1. L'identification de la force normative des labels 199

2. Les modes d'expression de la force normative des labels 201

Géraldine GOFFAUX-CALLEBAUT

La juridicité des labels dans le domaine du patrimoine culturel et naturel.

Regards de droit privé 205

I. Le label, outil volontaire 207

A. *Le label, signe de qualité* 207

B. *Le label, outil de protection* 208

II. Le label, outil contraignant 209

A. *La contrainte par le biais du droit des obligations* 210

B. *La contrainte par le droit spécial* 210

François DESSEILLES

Labels du patrimoine culturel, ordres juridiques et effectivité de la norme 213

Introduction 213

I. Quelques ordres juridiques étatiques, supérieurs ou mineurs 219

A. *Les signes distinctifs des entités fédérées belges :
des signes distinctifs d'ordres juridiques étatiques ?* 219

<i>B. Des signes distinctifs d'ordres juridiques supra-étatique et infra-étatiques</i>	224
1. L'emblème de la Convention de La Haye de 1954, signe distinctif d'un ordre juridique supra-étatique?	224
2. Les labels de trois associations à but non lucratif, labels d'ordres juridiques infra-étatiques?	226
a. L'association sans but lucratif <i>Églises ouvertes</i>	226
b. L'association de la loi de 1901 <i>Charte européenne des abbayes et sites cisterciens</i>	228
c. L'association sans but lucratif <i>Les Plus Beaux Villages de Wallonie</i>	230
II. Rapports entre ordres juridiques et l'effectivité	231
A. <i>Étanchéité et relevance</i>	232
1. Entre ordre juridique international et ordre(s) juridique(s) étatique(s) ...	232
2. Entre ordres juridiques sans rapport d'égalité ou de hiérarchie	234
3. Entre ordre juridique étatique et ordres juridiques mineurs ainsi qu'entre ordres juridiques mineurs	235
B. <i>Quelle effectivité?</i>	236

Mathieu GIGOT

Protection et labellisation des patrimoines : des outils complémentaires ou redondants?	241
I. Les outils d'urbanisme patrimonial : une protection hiérarchisée du patrimoine?	241
A. <i>Du monument au territoire : pluralité des outils et des stratégies</i>	241
B. <i>Des degrés de protection différents selon les patrimoines</i>	242
II. Labellisation et protection : des processus complémentaires?	244
A. <i>Protéger puis valoriser, ou l'inverse?</i>	244
B. <i>Le processus de labellisation, un projet fédérateur qui s'articule avec le projet de territoire</i>	246
III. Labels et outils d'urbanisme patrimonial dans la sélection des patrimoines	247
A. <i>Le label comme une forme de sélection patrimoniale</i>	247
B. <i>Des cités historiques aux sites patrimoniaux remarquables : la confusion des genres</i>	248
Conclusion	249

Armelle VERJAT

Le droit fiscal, paramètre de la labellisation?	251
I. Le label, outil fiscal incitatif?	252
A. <i>Incidence fiscale déconnectée du label</i>	252
B. <i>Incitation fiscale associée au label</i>	254

II. Le label, outil fiscal sous contrôle étatique ?	257
A. Délivrance du label : une responsabilité partagée	257
B. Critères de labellisation : définition encadrée	259
C. Critères de labellisation : mise en œuvre contrôlée	262
 <i>Aurore REYNAUD</i>	
Le label <i>Patrimoine du XX^e siècle</i> : création, évolutions et limites	267
I. Prise de conscience	268
II. Nommer, informer, médiatiser, protéger	270
III. L'heure du bilan	271
IV. Le réveil du label	273
 Un rhizome d'acteurs et de ressources	277
 <i>Soline ARCHAMBAULT</i>	
Labellisation et mise en réseau : l'exemple des Grands Sites de France	279
I. De quels territoires s'agit-il ?	279
II. Une politique nationale, une démarche partenariale	280
III. Le label <i>Grand Site de France</i> , un label d'État	281
IV. La mise en réseau, l'action du Réseau des Grands Sites de France (RGSF)	283
Conclusion	284
 <i>Jean-Luc DESBOIS et Christophe LANSIGU</i>	
Patrimoine, éducation et développement territorial : le liant <i>Géoparc</i> mondial Unesco	287
Introduction	287
I. Les Aires de désignation d'Importance Internationale	287
II. Géoparcs mondiaux Unesco, réserves de biosphère et sites du Patrimoine mondial : une vision cohérente	288
III. Un processus d'internationalisation de la conservation de la nature	288
A. De la fin du XIX ^e siècle à la Seconde Guerre mondiale	288
B. La période d'après-guerre et l'essor des années 1960-1970	290
C. La protection du patrimoine géologique en France	290
IV. Les fondements juridiques des principales désignations internationales ...	291
A. Les conventions internationales	291
B. Les programmes scientifiques internationaux de l'Unesco	291
V. Les Géoparcs mondiaux Unesco	292
A. Types d'espaces	293

B. Chiffres clefs	293
C. Objectifs	294
1. Conservation	294
2. Connaissance et éducation	294
3. Développement durable	294
D. Les acteurs clés du réseau des Géoparc mondiaux Unesco	295
E. Critères de création d'un Géoparc mondial Unesco : un engagement des acteurs locaux autour d'un projet de territoire	295
F. Planification de la gestion	297
G. Outils de protection	297
H. En France, des structures de gestion variées	298
VI. L'exemple du Géoparc du massif des Bauges	301
A. Le Géoparc du massif des Bauges : la recherche d'une reconnaissance	301
B. Géologie du massif des Bauges	301
C. Ses atouts : les synclinaux perchés, plissements remarquables des couches sédimentaires, l'eau et le karst	302
D. Des actions pédagogiques et artistiques	303
E. Une stratégie d'aménagement et de communication	304
F. L'aménagement de géosites du massif des Bauges	304
G. De l'esprit Géoparc aux produits géotouristiques	305

Laurence ISNARD

Les Maisons des Illustres en Île-de-France, mise en place d'un nouveau réseau patrimonial sur le territoire francilien	311
I. Le dernier né des labels patrimoniaux du ministère de la Culture et de la Communication	311
II. Le contexte francilien	312
III. La concrétisation du réseau « Maisons des Illustres » en Île-de-France	314
IV. Bilan et perspectives pour le réseau des Maisons des Illustres en Île-de-France	317

Hélène B. DUCROS

« Glocal village » et transruralité : de l'Association des Plus Beaux Villages de France à la Fédération des Plus Beaux Villages de la Terre	319
I. Le label : une représentation du lieu	320
II. Le « place-making » en réseau	322
III. Translocalisme et glocalisation	324
IV. Étude de cas : les PBVF	325
V. La Charte de qualité : un atelier pour créer des lieux	326

VI. La mise en réseau des réseaux :	
la <i>Fédération des Plus Beaux Villages de la Terre</i>	327
VII. Le <i>transruralisme</i> pour une relecture du « global village »	331
<i>Anne GOUVERNEL, Xavier LOUY, Laurent MAZURIER et Mathieu MARSAN</i>	
Table ronde 2. Promoteurs et réseaux de labels	333

Troisième partie

Le label patrimonial : impact et effectivité

L'adéquation délicate des labels aux territoires et aux patrimoines	357
--	-----

Véronique PEYRACHE-GADEAU, Karine-Larissa BASSET, Nathalie CAYLA, Fabien HOBLÉA et Chiara PIAI

Labellisation, distinction et singularité territoriales	359
Introduction	359
I. Propositions et limites de la séparation formelle entre marques et labels territoriaux	360
II. Spécification territoriale et convention de qualité	362
III. Le champ de la labellisation au regard des processus de patrimonialisation et de la portée différenciatrice de la collection	366
Conclusion	367

Christophe GAUCHON

Espaces protégés et territoires labellisés : jusqu'ou étendre les périmètres classés?	369
Introduction	369
I. Les différents types d'espaces protégés et leurs dynamiques d'extension	370
A. <i>Les Parcs naturels régionaux</i>	370
B. <i>Les Grands Sites de France</i>	370
C. <i>Les Parcs nationaux</i>	372
II. Les ressorts et les freins à l'extension	372
A. <i>Les motifs génériques</i>	372
B. <i>Les motifs propres aux Parcs naturels régionaux</i>	373
C. <i>Les spécificités des Grands Sites</i>	375
III. L'évolution du lien entre territoire et labellisation	376
Conclusion	378

Charlotte BESOMBES

Le label <i>Géoparc</i> Unesco : vers de nouveaux objets territoriaux ?	381
I. Les <i>Géoparc</i> s, des nouveaux objets dans les politiques de protection de la nature ?	381
A. <i>La géologie, le dernier-né des patrimoines naturels</i>	381
B. <i>Des espaces labellisés hybrides</i>	382
II. L'émergence du label, une logique différenciée des autres labels internationaux	383
A. <i>La genèse du label <i>Géoparc</i> Unesco : du réseau de territoires à l'institutionnalisation</i>	383
B. <i>L'émergence du label, une logique différenciée des autres labels internationaux</i>	384
C. <i>Les philosophies des <i>Géoparc</i>s : des espaces labellisés multiples</i>	385

Harumi KINOSHITA

La labellisation <i>Trésor national vivant</i> dans le contexte du mouvement <i>Mingei</i> au Japon	389
Introduction	389
I. Origine et histoire du développement à l'échelle nationale des labels liés au domaine du patrimoine immatériel au Japon	389
A. <i>Les étapes de la promulgation d'une loi au Japon</i>	390
B. <i>La loi relative à la protection des biens culturels</i>	390
C. <i>La labellisation <i>Trésor national vivant</i> : une spécificité japonaise</i>	392
II. Qu'est-ce que le mouvement <i>Mingei</i> ?	393
A. <i>La naissance du mouvement <i>Mingei</i></i>	394
B. <i>Une « beauté absolue »</i>	395
C. <i>Artistes contre artisans</i>	395
III. Le mouvement <i>Mingei</i> s'oppose-t-il à la labellisation ?	396
A. <i>L'ambiguïté de la labellisation dans le domaine des arts et métiers au Japon</i>	397
B. <i>Le label <i>Trésor national vivant</i> au sein du mouvement <i>Mingei</i></i>	397
C. <i>L'anonymat est-il préférable à la labellisation <i>Trésor national vivant</i> ?</i>	399
Conclusion	400

Dominique FAYARD et Anne-Line BROSSE

La multiplicité des démarches de labellisation dans un même territoire :
opportunité ou confusion patrimoniale ?

Le cas du Charolais-Brionnais, en Bourgogne du Sud	401
Introduction	401
I. Plusieurs labels pour un même territoire	403
A. Le Pays d'art et d'histoire : <i>un label national culturel</i>	403
B. LAOP : <i>une appellation patrimoniale ?</i>	403
C. L'inscription sur la liste du Patrimoine mondial : <i>une ouverture du champ patrimonial</i>	404
II. Les stratégies des acteurs : entre protection et promotion	405
A. La mise en patrimoine : <i>une démarche complexe</i>	405
B. Reconnaissance, protection, quête de notoriété : <i>des objectifs multiples</i>	406
III. Des processus d'appropriation, d'intégration ou d'exclusion	407
A. L'appropriation de la démarche par les acteurs concernés : <i>l'exemple des éleveurs</i>	407
B. L'exclusion liée au refus d'intégrer la stratégie de labellisation	409
Conclusion	410

Effets réels ou supposés des labels : retours d'expériences..... 411

*Florence ABRIOUX (avec la participation de Céline BRIE
et de Jean-Baptiste WELTÉ)*

Les labels font-ils sens ? Étude auprès des gestionnaires

et visiteurs de châteaux touristiques	413
I. L'utilisation des labels : un outil de communication parmi d'autres	417
A. Des promoteurs aux utilisateurs de labels : <i>une communication floue</i>	418
1. Marques du tourisme : exemples de communication contrôlée	418
2. Inscription sur des listes patrimoniales : exemples de communication déviée par les porteurs	420
3. Exemple de communication brouillée dès le site officiel	421
B. <i>La communication des gestionnaires de châteaux sur leur site :</i> <i>l'affichage de collections de logotypes</i>	421
1. Des collections de logos hétéroclites	421
2. Des labels aux réseaux sociaux	423
3. Du signe au sens	423
C. <i>Des stratégies de la démarche de labellisation aux bénéfices</i>	425
1. Une hiérarchie des signes	425
2. Une reconnaissance en miroir, un équilibre à trouver	426
3. Les bénéfices attendus	427

II. La perception des labels par les publics	427
A. <i>Un faible degré de connaissance des labels et autres signes</i>	428
1. La connaissance spontanée des signes du patrimoine par des populations diversifiées : un faible degré de connaissance, des références approximatives	428
2. La connaissance spontanée des signes possédés par le château que les personnes interrogées s'apprêtent à visiter : faible connaissance en général mais bonne connaissance des amateurs	429
3. La connaissance des labels à partir de listes par des publics diversifiés : une connaissance pratique	430
B. <i>La perception des labels : un signal général de valeur</i>	433
1. Avantages perçus pour le visiteur	433
2. Avantages perçus pour le site	434
C. <i>L'impact des labels sur le choix de visite : des pratiques contrastées</i>	434
1. Les raisons de l'absence d'impact des labels	435
2. Un indicateur utilisé par les amateurs ou les « éloignés attentifs »	436
3. Une influence limitée	436
Conclusion	437
Annexes	438

Elsa MARTIN

L'inscription sur la Liste du Patrimoine mondial de l'Unesco : un label pour accroître l'attractivité?	449
Introduction : l'inscription sur la Liste Unesco ou la singularisation d'un site patrimonial	449
I. Le label Unesco : un dispositif de jugement éphémère pour l'attractivité touristique	451
II. Un argument économique peu vanté par les professionnels de l'immobilier	453
Conclusion	454

Chloé ROSATI-MARZETTI

Labels et renouveau touristique : l'exemple de villes de la Côte d'Azur	457
I. Les labels, légitimation de la patrimonialisation	458
A. <i>La ville de Grasse, capitale des parfums</i>	458
B. <i>La ville de Cannes, capitale des sports de plein air</i>	460
C. <i>La ville d'Hyères-les-Palmiers, capitale des fleurs coupées</i>	461
II. Conclusion	462

Joseph KASWENGI et Chahira MEKIDECHE

Influence de l'image de marque des sites touristiques

sur la satisfaction, la fidélité et le consentement à payer des visiteurs.

Le rôle modérateur des labels	465
Introduction	465
I. Cadre théorique	466
II. Méthodologie	468
A. <i>Présentation de l'échantillon analysé</i>	468
B. <i>Les variables utilisées</i>	468
III. Résultats	470
1. Les effets de l'image de marque des sites touristiques	471
2. Les effets modérateurs de la sensibilité aux labels	472
IV. Discussion et conclusion	473

Marina ROTOLO

Labelliser pour transformer : le cas de Matera en Italie,

Patrimoine mondial de l'Unesco et *Capitale européenne de la culture*

Introduction	477
I. La labellisation au service des politiques urbaines	477
II. Matera, de la « honte nationale » à <i>Capitale européenne de la culture</i>	479
III. Les limites du consensus, une fabrique urbaine disputée et négociée	482
IV. Image et fabrique urbaine sous influence réciproque	484
V. Des modèles internationaux qui peinent à s'appliquer localement	485
Conclusion	487

Zeineb YOUSSEF et Fakher KHARRAT

Impacts des labels dans les processus de patrimonialisation

des noyaux médinaux des villes côtières en Tunisie

Introduction	489
I. Aperçu historique concernant la législation du patrimoine en Tunisie	491
II. Les processus de patrimonialisation des Médinas de Sousse et Mahdia	492
A. <i>Présentation des deux cas d'étude</i>	492
1. La Médina de Sousse (M1)	492
2. La Médina de Mahdia (M2)	494
B. <i>La patrimonialisation de la Médina de Sousse</i>	495
1. Dispositions législatives et labellisation	496
2. Mesures de conservation et labellisation	497
C. <i>La patrimonialisation de la Médina de Mahdia</i>	498
1. Patrimonialisation et dispositions législatives	499
2. Rôle de l'ASMM dans le processus de patrimonialisation	499

III. Comparaison et synthèse : deux Médinas de la Tunisie entre patrimonialisation et dégradation	501
Conclusion	502
 <i>Sylvie GIROUX, Dominique MASSON et Philippe ORAIN</i>	
Table ronde 3. Visibilité des labels et garantie de qualité des sites	503
Conclusion	513
I. Diversité des objectifs, ambiguïtés sémantiques	513
II. À la recherche de la spécificité de l'outil du label	514
III. Les labels : visibilité ou indifférence ?	515
 Les auteurs	 519