



En partenariat avec le



L'OENO - M-TOURISME

*L'EXPÉRIENCE PATRIMONIALE ET TERRITORIALE DES OENOTOURISTES À L'ÉPREUVE DES
APPLICATIONS MOBILES*

Réponse à l'Appel à Projets de la Structure Fédérative de Recherche *Agorantic*

Décembre 2015

Le projet proposé se présente comme une mise à l'épreuve des potentialités innovantes des applications mobiles natives et web-applications dédiées aux vins et vignobles dans l'expérience patrimoniale et territoriale des oenotouristes. En analysant les applications existantes et en menant une enquête de terrain auprès des acteurs-promoteurs de l'oenotourisme (vignerons, viticulteurs, offices de tourisme...) de la zone du vignoble de Provence (zone allant d'Avignon à Nice), cette recherche vise à caractériser les articulations potentielles à travers un dispositif numérique, entre une approche de l'expérience du patrimoine vini-viticole définie par des logiques spatiales et celle l'appréhendant par sa dimension sensorielle.

Ainsi, ce projet initie une recherche pluridisciplinaire de plus grande ampleur dont l'objet est de montrer que réussir à articuler spatialité et sensorialité à travers des outils connectés constitue la condition nécessaire au développement d'applications mobiles en mesure de s'inscrire dans les pratiques des oenotouristes et de véritablement transformer leur expérience patrimoniale et touristique. Le prolongement de ce projet de recherche est envisagé dans le cadre de réponses aux appels à projet ANR ou du ministère de la Culture et de la Communication sur les innovations numériques dans le domaine culturel et patrimonial.

Éléments de présentation

Titre du projet

L'oenotourisme.

L'expérience patrimoniale et territoriale des oenotouristes à l'épreuve des applications mobiles

Porteur du projet

Philippe Bachimon : Equipe AIMS, l'UMR Espace Dev (IRD)

Équipe de 7 chercheurs

Philippe Bachimon, Pierre Dérioz, Laurent Arcuset, César Gelvez Espinel : géographes, Equipe AIMS, l'UMR Espace Dev (IRD).

Julie Deramond, Isabelle Brioso et Lise Renaud (*maîtrise d'ouvrage*) : Centre Norbert Élias, Équipe Culture et Communication, sciences de l'information et de la communication

Anne-Luce Coulomb, Eonologue (PAST) : LBNC,

Laboratoires associés

l'UMR Espace Dev (IRD) s'associe pour ce projet à L'Équipe Culture et Communication du Centre Norbert Élias (UMR 8562) en partenariat avec le LBNC (EA 3788).

Financement demandé

6609 euros, soit 60% du budget du projet

Présentation du Projet

Descriptif du projet

Le développement de la mobilité connectée est considéré par les acteurs du tourisme culturel comme une opportunité à saisir pour repenser et élargir les médiations territoriales et patrimoniales. Après avoir investi les supports, dispositifs, outils de communication et de médiation relevant du "e-tourisme", une majorité de ces acteurs œuvrent à la mise au point d'innovations répondant aux impératifs conjoncturels du "m-tourisme"¹ dans un contexte d'élargissement de l'offre patrimoniale. De fait, non seulement de plus en plus de sites naturels et patrimoniaux, de musées, de territoires se voient inscrits ou labellisés (Unesco, AOC, etc.) mais surtout ces espaces deviennent des objets figurés, des lieux mis en scène, dans des applications numériques mobiles dont le nombre édité connaît ces cinq dernières années une croissance exponentielle². La rapidité de cet essor est certes favorisée par les stratégies politiques et communicationnelles des collectivités territoriales (Frayssé, de Bideran, 2015), mais elle conduit surtout à donner à voir une offre conséquente d'applications culturelles de "m-tourisme" en nombre, dont l'usage - allant du téléchargement à l'activation *in-situ* par le touriste-visitateur - est encouragé par la promesse discursive d'une expérience culturelle et territoriale inédite et novatrice (Bordeaux, Renaud, 2014).

Cela dit, et à rebours de ce contexte fortement incitatif, les enquêtes sur les pratiques culturelles effectives des "m-touristes" restent pour l'instant parcellaires (focalisée sur une application ou un lieu spécifique, avec une prédilection pour les espaces clos (type musée ou monument))³. Elles sont par ailleurs trop souvent sous-tendues par des impératifs d'évaluation des applications numériques mobiles empêchant par là-même une véritable prise en compte de la complexité des pratiques. De surcroît ces enquêtes tendent à indiquer, contre toute attente, que le nombre d'utilisateurs effectifs des applications de visites culturelles territoriales est particulièrement restreint⁴. Un paradoxe demeure dès lors lorsque l'on observe les budgets alloués au développement de ce type d'applications numériques, les promesses discursives qui les accompagnent, par rapport au nombre de visiteurs qui les utilisent effectivement. C'est notamment à ce constat que nous a conduit notre précédent projet de recherche pluridisciplinaire concernant les applications mobiles de visite de ville⁵. Si nous avons au début de ce précédent projet pour objectif d'élaborer un protocole d'analyse des transformations à l'œuvre dans les pratiques de visites touristiques culturelles et urbaines avec l'introduction des médiations numériques à partir d'une

¹ Par "m-tourisme", contraction de "mobile tourisme", les professionnels du tourisme désignent les actions touristiques (information, vente, réservation, etc.) réalisées via les technologies mobiles (smartphones, tablettes, etc.). L'émergence de ces pratiques modifie, selon eux, en profondeur l'expérience touristique et constitue une seconde révolution pour ce secteur d'activités après celle de l'"e-tourisme".

² Le nombre d'applications mobiles muséales et patrimoniales a été multiplié par cinq entre février 2012 et juin 2015, passant de 70 à 355. Ce calcul a été réalisé à partir des recensements réalisés par le Club Innovation & Culture France.

³ Voir sur ce point l'étude effectuée par Lesaffre, Watremez et Flon en 2014 (Lesaffre and al, 2014).

⁴ Par exemple, en effectuant un ratio entre le nombre de touristes culturels et le nombre de téléchargements de l'application - ce qui signifie d'ailleurs pas qu'il y ait activation de l'application lors de la visite - les usagers des applications patrimoniales de visite de ville représentent moins de 1% des touristes culturels.

⁵ Projet *Ville Augmentée, Ville Diminuée ? Le rapport territorial à l'information dans les visites numériques de ville* - Projet CNE-ECC/ UMR Espace Dev (IRD) - financement Agorantic - réalisé en 2014.

mise à l'épreuve d'un terrain-test, celui de la ville d'Arles, le faible nombre d'utilisateurs effectifs⁶ d'au moins une des trois applications de visites de cette ville (*RallyVisit*, *Mobitour Arles Tour*, *Monument Tracker Arles Tracker*) a inévitablement modifié notre objectif de départ mais est surtout devenu l'un des résultats centraux de cette recherche⁷.

Ainsi l'usage des applications numériques mobiles dans le cadre de visites touristiques et patrimoniales ne relève nullement de l'évidence. Cette pratique émergente est encore loin d'être banalisée. Ce constat oblige à regarder autrement ces applications numériques en vogue. Il ne suffit plus de se demander ce qu'elles transforment, modifient, ce qu'elles ajoutent ou ôtent à l'activité des touristes-visiteurs. Il est au préalable nécessaire de comprendre les logiques inhérentes aux inscriptions sur et autour des patrimoines qu'elles construisent et diffusent. Comment ces applications se saisissent-elles des patrimoines ? Comment figurent-elles le patrimoine matériel et immatériel ? Dans quelles mesures la nature des contenus et de la forme des applications inscrit-elle les pratiques dans une activité patrimoniale et touristique ? Comment participent-elles au processus de patrimonialisation ?

Pour répondre à ces interrogations, nous considérons qu'une focalisation sur le terrain des applications mobiles d'oénotourisme est pertinente pour deux raisons principales. En premier lieu, l'oénotourisme est un secteur d'activités en pleine croissance, alliant tourisme culturel et gastronomique, qui oblige à penser les relations au patrimoine dans leurs dimensions spatio-temporelles (géolocalisation, parcours, médiations *in-situ*) et expérientielles (implication corporelle, figurations sensorielles). Un oénotouriste appréhende le caractère patrimonial du vin à partir d'un processus sémiotique et cognitif complexe reposant sur l'articulation entre des objets perçus (numériques ou non) et des savoirs. Or "c'est précisément la conjonction du sensible et de l'intelligible qui sert de base à l'expérience du découvreur comme du visiteur"⁸. De fait, l'oénotouriste équipé et connecté développe une pratique de visite culturelle qui se retrouve conçue en l'associant à des pratiques numériques (comprises à la fois comme des pratiques techniques et symboliques complexes) qui prolongent (temporalité de la pratique qui peut intervenir avant, pendant ou après la visite) et médiatisent ses relations patrimoniales et territoriales au vin.

En second lieu, ce terrain permet d'inscrire la réflexion dans les problématiques de la muséification dans la mesure où la reconnaissance institutionnelle du vin comme patrimoine est encore émergente. Rappelons en effet que si le vin est reconnu comme patrimoine économique par ses acteurs locaux (vignerons, associations, coopératives, etc.) en tant que fruit du terroir issu d'un savoir-faire séculaire, organisé autour d'une production et d'une commercialisation élaborée dès l'antiquité, sa reconnaissance institutionnelle à l'échelle internationale est quant à elle récente eu égard aux inscriptions (2015⁹) sur la Liste du patrimoine mondial de l'humanité par l'Unesco. Si certains auteurs discutent du caractère « authentique » (Barrey & Teil, 2011) de ce patrimoine sensible en proie à la moindre variation climatique, il n'en reste pas moins un patrimoine issu de la production humaine ancré dans un terroir (production) et une cité (commercialisation). La patrimonialisation du vin ou bien culturel Unesco reste donc à questionner tant par ses spécificités immatérielles (savoir-faire, tour de main, technicité, etc.) issues de pratiques sociales, festives et populaires ayant conduit à la reconnaissance Unesco du « repas gastronomique des Français »¹⁰ inscrit dès le Moyen-Âge, que par son caractère matériel ancré dans

⁶ Par usager effectif, nous entendons un usager qui installe et utilise *in-situ* une application mobile de visite de ville, sans incitation de la part d'enquêteurs.

⁷ Les résultats de cette étude ont donné lieu à une communication dans une journée d'études *Numérique, culture et tourisme patrimonial* en juin 2015. Ils est par ailleurs prévu leur publication en 2016 dans le prochain numéro des *Cahiers de la Sfsic*.

⁸ DAVALLON, Jean. Mémoire et patrimoine : pour une approche des régimes de patrimonialisation In: *Mémoire et nouveaux patrimoines* [online]. Marseille: OpenEdition Press, 2015 (créé le 26 novembre 2015). Disponible sur Internet: <<http://books.openedition.org/oep/444>>. ISBN: 9782821853515. DOI: 10.4000/books.oep.411

⁹ Coteaux, maison et caves de Champagne (2015) et Les climats des vignobles de Bourgogne (2015).

¹⁰ Inscrit en 2010 sur la Liste représentative Unesco du « Patrimoine Culturel Immatériel » (PCI).

la ville (Bordeaux, Dijon, Reims), le village (*Jurisdiction* de Saint-Emilion) et le château ; un paysage vinicole complexe mais néanmoins pertinent à étudier dans le cadre de ce projet par l'analyse semio-discursive et interculturelle car en prise avec une mise scène ambivalente portée par l'inscription Unesco dont les frontières restent à préciser à l'ère d'un tourisme mondialisé tourné vers l'Extrême-Orient (Chine).

Le projet que nous déposons auprès de la Structure Fédérative de Recherche Agorantic de l'UAPV consiste ainsi à mettre à l'épreuve l'articulation entre les dimensions spatiales et sensorielles de l'expérience patrimoniale des oenotouristes à travers les mises en scènes numériques d'un patrimoine en cours de reconnaissance institutionnelle. A partir d'un état des lieux des applications mobiles dédiées au vins et vignobles et une enquête auprès des acteurs de l'oenotourisme, notre propos consiste à interroger l'appréhension des dimensions patrimoniales (matérielles et immatérielles) du vin à travers les mises en scène numériques proposées et considérées comme signifiantes dans le cadre d'une activité oenotouristique. Notamment, quel rôle peuvent jouer les applications mobiles dans le processus de patrimonialisation ? Plus spécifiquement, comment ces applications peuvent-elles conduire le touriste à appréhender sans les séparer les territoires viticoles, tout autant que les saveurs du vin ? Comment finalement les ressources numériques mobiles peuvent-elles participer à la construction de la figure de l'amateur de vin (Hennion, 2005) non plus seulement à partir de l'expérience du goût du vin (les applications les plus classiques en matière d'œnologie, invitant à associer tel vin et tel met, par exemple), mais aussi de la visite d'un vignoble, de la découverte d'un terroir et d'une production locale ?

Objectifs et résultats attendus

Quatre chantiers de recherche seront menés en parallèle permettant de répondre aux deux objectifs principaux de ce projet.

Objectif 1 - Caractériser les logiques de scénarisations patrimoniales des applications mobiles dédiées aux vins et vignobles

- Chantier de recherche 1 : Analyse sémio-discursive d'un corpus applications mobiles dédiées aux vins et vignobles autour de quatre axes thématiques (nature des médiations proposées, gestion de l'interculturel, place de la cartographie; mises en scène du sensoriel) permettant d'élaborer une typologie des applications et de repérer les singularités et leur potentialités innovantes. Afin d'intégrer les problématiques de mobilité et de spatialité, les applications d'oenotourisme de territoires classés par l'Unesco (Bourgogne et Bordelais) et d'autres proches d'Avignon (Languedoc Roussillon) seront l'objet de test-expert¹¹ *in-situ* par l'ensemble des chercheurs impliqués dans le projet. Ajoutons qu'un pré-repérage du corpus potentiel a commencé à être effectué durant l'automne 2015 (*cf. détail en annexe*).
- Chantier de recherche 2: Etude des potentialités de figurations numériques à partir d'une analyse des fonctions des applications dédiées au vin et vignoble mais aussi de lieux d'exposition du Vin utilisant des dispositifs numériques de médiations notamment la Cité du Vin à Bordeaux. Un ensemble de questions servira de guide à cette étude : comment met-on en scène, les dimensions sensorielles, sensuelles et sensibles (liées au caractère des vins) à travers des interfaces numériques (métaphore des textures, des goûts, des saveurs etc.) ? Comment donner corps à l'immatériel, et transmettre une dimension émotionnelle au travers d'images, de documents artistiques et historiques ? Quels sont les registres discursifs adoptés (descriptif ou nar-

¹¹ La méthodologie du test-expert dont le principe consiste à se mettre à la place du touriste-visitateur s'inspire de la méthodologie développée par J. Davallon sur l'expertise des expositions et des sites patrimoniaux et touristiques.

ratif) lors de la mise en scène numérique d'un parcours, d'une visite ? Est-ce qu'une logique particulière de récit est privilégiée pour intéresser les touristes-visiteurs et les guider sur la route du vin (au sens propre, comme au sens figuré) ?

Objectif 2 - Identifier les représentations sociales des acteurs de l'oenotourisme en vignoble de Provence concernant les applications numériques mobiles d'oenotourisme

- **Chantier de recherche 3 :** Enquête sous forme d'entretiens semi-directifs auprès des acteurs de l'oenotourisme (vignerons, offices de tourisme, cavistes, etc.) en vignoble de Provence (zone allant d'Avignon à Nice) afin de qualifier leur conception des applications numériques mobiles, des pratiques des visiteurs connectés et des logiques d'expériences contextualisées par une mobilité géographique. Cette enquête permettra non seulement de dégager les figures modèles des oenotouristes et de leur pratique, les logiques qui sous-tendent ces figurations mais surtout de déterminer, par le biais d'un *mapping*, leur représentation des applications mobiles sur le vin et les vignobles entre outils de médiation, de communication, de patrimonialisation et de commercialisation.
- **Chantier de recherche 4 :** Analyse du discours de la promesse à partir d'un corpus médiatique (discours de la presse numérique professionnelle et des *stores* d'applications) afin de repérer l'imagerie de référence (métaphores récurrentes) circulant autour de ce type d'applications et de leur mise en pratique. Quelle expérience du territoire et du patrimoine leur mise en usage est-elle censée produire ? Est-elle un accompagnement à la mobilité, au déplacement touristique (logique de guidage spatial) ou est-elle une ressource à l'appréhension du vin comme patrimoine (logique de guidage perceptif) ou encore est-elle considérée comme une mise en scène hybride entre ces deux logiques ?

Caractère innovant de ce projet

Le caractère innovant du projet repose en premier lieu sur son objet d'étude : les applications numériques mobiles de visites touristiques et patrimoniales, encore trop peu étudiées à notre connaissance dans le domaine des SHS. En second lieu, ce caractère tient au questionnement sous-jacent de ce projet qui vise justement à mettre à l'épreuve la dimension innovante de ces applications numériques mobiles, en prenant garde de prendre la distance nécessaire face aux discours qui accompagnent et font la promotion de ces applications. Il s'agit également de ne pas dissocier deux regards souvent opposés sur les mêmes objets, en mêlant approches touristiques et culturelles. En dernier lieu, le caractère innovant de ce projet, tributaire d'ailleurs des résultats de notre précédente recherche collective, vient de son objectif visant à s'intéresser aux leviers de la diffusion et de l'insertion sociale des applications numériques mobiles à travers un secteur en pleine expansion, l'oenotourisme.

Sa dimension interdisciplinaire : géographie et sciences de l'information et de la communication

Nous réunissons une équipe capable d'aborder les applications numériques mobiles dédiés aux patrimoines vinicoles à la fois dans leurs logiques territoriales et communicationnelles. La convergence que l'on constate aujourd'hui entre le domaine du tourisme et celui de la médiation invite les chercheurs à repenser leurs démarcations disciplinaires en termes de complémentarités pour se saisir de ces objets de recherche. C'est ce que nous proposons pour cette recherche en rassemblant des chercheurs

de la géographie et intéressés plus spécifiquement par les pratiques touristiques (Espace Dev-IRD), et des chercheurs en sciences de l'information et de la communication intéressés par la médiation de la culture et des patrimoines (Équipe *Culture et Communication* du Centre Norbert Élias). Cet aspect interdisciplinaire de la recherche n'est pas à négliger en termes d'innovation puisqu'il permet de construire des relations de recherche entre des laboratoires et des chercheurs au sein de l'UAPV, au-delà des relations plus ponctuelles existantes dans nos enseignements de master.

Positionnement dans la SFR

Ce projet s'inscrit selon nous prioritairement dans deux axes de la SFR.

Le premier est l'axe 4 "**Mobilités et transports intelligents**" dans la mesure où notre projet s'inscrit dans une mise à l'épreuve des applications numériques d'oenotourisme notamment à travers leur inscription dans des pratiques culturelles en situation de mobilité géographique.

Le second est l'axe 5 "**Accès au savoir, éthique et méthodologies**" car ce projet réclame de réussir à articuler des expertises disciplinaires permettant de prendre en considération la complexité des territoires, des médiations, des expériences et des mobilités.

Partenariats extérieurs

Partenariat Etape 1 (AAP Agorantic)

Plusieurs acteurs extérieurs sont associés à cette première phase du projet.

- **Inter Rhône** : cette organisation interprofessionnelle, dont les bureaux sont situés à Avignon, regroupe les professionnels de la filière viticole et vinicole des vins AOC Côtes et Vallée du Rhône. L'intérêt est ici croisé dans la mesure où les résultats de cette recherche sont stratégiques pour cette structure et en même temps, cet organisme nous sera utile afin de déterminer des acteurs clés de l'oenotourisme pour la réalisation des entretiens.
- **Le Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence (CIVP)** : autre comité interprofessionnel d'acteurs qui œuvrent à la promotion des Vins de Provence. L'intérêt dans le cadre de cette recherche est leur activité dans la promotion de parcours et routes autour des vins et vignobles de Provence.
- **Le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur** : cet organisme dont la principale mission est de valoriser la Provence en tant que destination touristique, a comme particularité de proposer plusieurs applications numériques mobiles thématiques aux touristes de la région PACA mais pour l'instant aucune dédiée à l'oenotourisme.
- **La Région PACA (service culture)** : Vincent Mazer (responsable formation) nous a aussi signifié son intérêt pour cette recherche qui répond selon lui, à des enjeux culturels essentiels pour le territoire régional.
- **mywinevisit.com** (Benjamin Griffoul et Cécile Valembois). Site de réservation en ligne d'activités oenotouristiques. Plateforme de rencontre entre le vigneron et le visiteur. Agroparc - Créativa.

Partenariat Etape 2 (AAP ANR ou Ministère Culture et Communication)

Considérant les perspectives d'avenir qui sont données à ce projet (amorcer un projet de recherche de plus grande ampleur qui sera déposé auprès de l'ANR ou du ministère de la Culture et de la Communication sur les innovations numériques dans le domaine culturel et patrimonial), des partenariats ont aussi été envisagés pour l'étape suivante de cette recherche.

- Ces partenariats s'ancrent dans une logique d'élargissement disciplinaire à la fois en intégrant au projet des anthropologues dont les recherches portent sur le monde du vin pour appréhender davantage la questions des relations humaines et culturelles aux vins et vignobles mais aussi des chercheurs en informatique du **LIA et de LSIS (UMR CNRS 7296)** afin d'élargir les résultats obtenus sur l'articulation spatialité/sensorialité dans les applications numériques mobiles (leviers de diffusion) en les inscrivant dans la problématique de leur traduction mathématique.

- Un rapprochement avec les recherches menées par l'université de Bourgogne dans le cadre du **Pôle Bourgogne Vigne et Vin** est aussi envisagé afin de construire lors de cette deuxième étape un projet non lié à une localité, un territoire mais s'ouvrant à une réflexion davantage nationale.

- Un partenariat est également envisagé avec **l'équipe du GREMTOS** (au sein du CEREP EA 4692, Centre d'études et de recherches sur les emplois et les professionnalisations) qui travaille notamment sur les professionnels du vin, et dont les travaux viendraient renforcer notre réflexion sur la mise en valeur des savoir-faire viti-vinicoles.

- Nous souhaitons enfin nous rapprocher du **Cluster Oenotourisme d'Atout France**. Ce Cluster a été mis en place en 2000 et vise à promouvoir les différentes régions de France productrices de vins pour augmenter la fréquentation touristique de ces régions et les ventes de vins. La stratégie de communication mise en place par le Cluster a l'intérêt de cibler les oenotouristes étrangers. Nous associer à ce Cluster constituerait un atout pour élargir la recherche aux enjeux d'une prise en compte des touristes internationaux dans le déploiement d'activités touristiques culturelles.

Budget prévisionnel et financements envisagés

Montant demandé à la SFR : 6609 € (soit 60% sur un montant total de 11015€. Les 40% restants sont apportés par nos partenaires interprofessionnels InterRhône et CIVP)

| P. Les 40poste de dépense | Détails | Total projet : |
|------------------------------|---|--|
| Frais de missions | <u>Missions expérimentations d'applications existantes in-situ</u> - 7 missions Bordelais (500€/pers.) - 7 missions Bourgogne (300€/pers.) - 7 missions Languedoc Roussillon (50€/pers.) <u>Missions recherche médiations numériques innovantes :</u> - 7 missions à la Cité du Vin à Bordeaux (<i>ouverture prévue juin 2016</i>) - Participations aux Rencontres Nationales Cultures et Innovations à Paris | 3500 € 2100 € 350 € (mutualiser avec mission expérimentations) 405 € |
| | <u>Missions analyse offre patrimoniale et touristique en Provence</u> - 20 entretiens auprès des acteurs de l'oenotourisme dans la zone du vignoble de Provence (Avignon-Nice) (déplacements, restauration) - 10 entretiens téléphoniques avec des développeurs d'applications d'oenotourisme | 700€ |
| | sous Total | 7055 € |
| Vacations | <u>Vacations assistant de recherche</u> Retranscription des entretiens, analyse du corpus médiatique et aide à la construction des outils d'analyse, étude sémio-discursive des applications (durée 1 mois) | 3000 € (dont 1500 salaire et 1500 charges) |
| | sous Total | 3000 € |
| Documentation | Achat de documentation | 750 € |
| | sous Total | 750€ |
| Matériel | Achat des applications mobiles payantes 30 euros / pers. (7 chercheurs impliqués) | 210 € |
| | sous Total | 210 € |

| Poste de dépense | Montant demandé à la SFR | % dans le budget* |
|---------------------|--------------------------|-------------------|
| Frais de missions | 4233€ | 60 % de 7055 € |
| Frais documentation | 450 € | 60 % de 750 € |
| Vacation | 1800 € | 60 % de 3000 € |
| Matériel | 126€ | 60 % de 210€ |

*10

Références bibliographiques

- ALBERT J.-P. 1989. « La nouvelle culture du vin », *Terrain*, n° 13, p. 117-124.
- AMIROU R. & BACHIMON Ph., Dir., 2000, *Le tourisme local*, Paris, l'Harmattan,
- AMIROU R. & BACHIMON Ph., Dir., 2005, *Tourisme et souci de l'autre*, Paris, l'Harmattan,
- BACHIMON Ph., 2014, *Vacance des Lieux*, Paris, Belin.
- BARREY S. & TEIL G. 2011. « Faire la preuve de l'« authenticité » du patrimoine alimentaire. Le cas des vins de terroir. », *Anthropology of food* [Online], 8 | 2011, Online since 12 May 2011, connection on 04 December 2015. URL : <http://aof.revues.org/6783>
- BOIVIN N., 2008, *Gouvernance territoriale et jeux de pouvoirs dans les espaces du vin en Aquitaine : Bordeaux, Bergerac, Jurançon*, Thèse de doctorat, Université de Bordeaux 3.
- BOUTAUD J.-J. 2015, « Pour le vin aussi l'innovation passe par le numérique », *The Conversation*.
- BOUTAUD J.-J. 2014, « L'immatériel pour matière. Le repas gastronomique des français », in *L'invention de la Valeur Universelle Exceptionnelle. Une utopie contemporaine*, sous la dir. de Chevenez A., Novello Paglianti N., Paris, L'harmattan.
- BOUTAUD J.-J., MADELON V., (coord.), 2010. « La médiatisation du culinaire », *Communication & Languages*, n° 164.
- BRIANSO, Isabelle. « La médiation culturelle appliquée aux sites du patrimoine mondial. Vers une pédagogie interculturelle. » In *Les nouveaux enjeux des politiques culturelles. Dynamiques européennes!* éd. par Guy SAEZ, Jean-Pierre SAEZ, Paris, La Découverte, 2012. p. 269-283.
- DÉRIOZ P., BACHIMON P., LOIREAU M., UPADHAYAYA P.K., ARCUSEL L., 2016, soumis. « Systèmes touristiques territorialisés, degré de spécialisation fonctionnelle des territoires et coviabilité : approche générale et enseignements de quelques études de cas », in O. Barrière, S. Morand, M. Behnassi, G. David, V. Douzal, V.R. Canete, C. Prost, T. Libourel, M. Fargette, M. Loireau, L. Pascal, F. Seyler (eds), *Co-viability of Social and Ecological Systems: Reconnect Man to the Biosphere in a Global Era of Change*, Partie 3 : La coviabilité interrogée par la diversité des situations, ed. Springer.
- DÉRIOZ P., BACHIMON P., LOIREAU M., 2015. « Mise en scène du paysage montagnard et valorisation sélective des patrimoines dans une vallée pyrénéenne en reconversion économique (Vicdessos, Ariège) », *Projets de paysage*, n°11, articles issus du colloque « Paysage(s) et Patrimoine(s) : connaissance, reconnaissance, protection, gestion et valorisation », ENSPN Blois, 24-25 septembre 2013. [en ligne] : http://www.projetsdepaysage.fr/mise_en_scene_du_paysage_montagnard_et_valorisation_selective_des_patrimoines_dans_une_vallee_pyreneenne_en_reconversion_economique]
- BRIANSO, Isabelle, GIRAULT, Yves. « Innovations et enjeux éthiques des politiques environnementales et patrimoniales : UNESCO et Conseil de l'Europe », *Éthique publique*, n°16, vol. 1, 2014. p. 17-37.
- CAHUZAC H., JOLY M., (coord). 2005, « Le corps, le vin & les images », *MEI*, n°23.
- DAVALLON, J. 2015. *Mémoire et patrimoine : pour une approche des régimes de patrimonialisation* In: *Mémoire et nouveaux patrimoines* [online]. Marseille: OpenEdition Press, 2015 (creato il 26 novembre 2015). Disponible su Internet: <<http://books.openedition.org/oepe/444>>. ISBN: 9782821853515. DOI: 10.4000/books.oepe.411
- DEMOSSIER M. 2002. « Les passionnés du vin ou le mariage du cœur et de la raison », *Passions ordinaires*. (sous la direction de Christian Bomberger). Paris : Hachette, p. 163-188.
- HENNION A. 2005. « Pour une pragmatique du goût ». *Papiers de Recherche du CSI*, n°1.
- JACOBI D. 2006. « La signalétique conceptuelle entre topologie et schématisation : le cas des parcours d'interprétation du patrimoine », p. 37.48, in *Indice, index, indexation*, sous la direction de Kovacs & Timini. ADDBS.
- JEANNERET Y., LALLEMENT E. et MENRATH J. (dir.). 2005. *Le téléphone mobile aujourd'hui : usages, représentations et comportements sociaux*, Rapport d'étude pour l'AFOM, janvier.
- LAMBERT E., JULIA J.-T., DERAMOND J., 2015 « La ville en live : Itinéraires numériques et artistiques à travers le patrimoine urbain », *Etudes de communication*, « Pratiques d'espaces. Les médiations des patrimoines vers la culture numérique ? (1) », n°45. déc.
- LESAFFRE G. et WATREMEZ A. et FLON E., 2014 « Les applications mobiles de musées et de sites patrimoniaux en France : quelles propositions de médiation ? », *La Lettre de l'OCIM*, 154.
- PITTE J.-R.. 2009. *Le désir du vin à la conquête du monde*, Paris : Fayard.

- RENAUD L., BORDEAUX M.-C. 2012. « Patrimoine "augmenté" et mobilité. Vers un renouvellement de l'expérience culturelle du territoire », *Interfaces numériques* [2], sept.
- RENAUD L., BORDEAUX M.-C., 2014. « La reconfiguration symbolique des territoires touristiques par la réalité augmentée : nouvelles écritures des visites patrimoniales », *Les cultures du déplacement*, PUAM.
- SOUCHIER E., JEANNERET Y., 1999. « L'étiquette des vins : analyse d'un objet ordinaire », *Communications et Langages*, n°121, p. 72-85.
- TARDY C., RENAUD L. (coord.), 2015. « Pratiques d'espaces. Les médiations des patrimoines vers la culture numérique (1) », *Etudes de Communication* [45],
- TARDY C., RENAUD L. (coord.), 2016. « Regards sur l'innovation. Les médiations des patrimoines vers la culture numérique (2) », *Etudes de Communication* [46], mars.

Annexe

CV du porteur de projet

Philippe Bachimon

Professeur des Universités (PR1, section 23 du CNU) en poste à l'UAPV depuis 1990. Docteur en géographie de l'université de Paris Panthéon Sorbonne (1988) et HDR de la même université (1997).

Directeur sur le site d'Avignon du Laboratoire Espace-Dev (UMR 228 Espace-Dev. IRD) inscrit dans l'ED 537 Culture et Patrimoine.

Spécialiste des questions du Tourisme

Animation et direction de projets de recherche en cours ou récemment achevés.

- *Tourisme et pauvreté*. AUF bilatéral France/Vietnam (UAPV, (Direction côté français). 2009-2015. Produits: 3 thèses en cours, une au démarrage et 2 articles (10% de mon Temps de Recherche (TR) en 2015).
- *Le développement d'un géo-tourisme équitable dans le sud marocain*. Programme CNRS/CNRST (France-Maroc) (PACTE & Université Mohammed V de Rabat) (2010-2014 et réponse en cours à l'appel d'offre 2015). Produits. 2 thèses en cours à l'université Mohammed V de Rabat en co-direction avec le Pr Mohammed El Youssi, 2 missions annuelles, 3 workshops au Maroc, 4 articles, des stages, un appui à deux zones test (Skourat & Mirleft) (20% TR jusqu'au 10 14. Financement de notre axe 3000€/an côté français et 2000€ côté marocain).
- *Ville augmentée - ville diminuée*, SFR Agorantic UAPV (2014). Programme portant sur l'évaluation du m-tourisme mené en partenariat avec le Centre Norbert Elias-UMR8562 - ECC en vue de la soumission d'une ANR en 2016. Début d'une thèse sur le rapport réalité augmentée et réalité virtuelle (5.000 € en 2014, Thèse financée par le Gouvernement Colombien, 10 % TR pour 2015)
- *To whom do the landscapes of Asia belong? Touristification in southern Asian highlands: so-*

cial dynamics and landscape patrimonialisation in ethnic minorities' rural areas. ANR AQAPA (2014-2018). Piloté par l'UMR CITERES (Evelyne Gauché, Univ de Tours). Membre du Comité de pilotage et co-responsable avec Pierre Dérioz de l'axe 1 portant sur le Népal. (35% TR à partir du 04 14, financement total 300.000 €). Produits: 2 articles, 1 mission au Népal "sur les marges du trek des Annapurna", encadrement *in situ* d'étudiants, mise en réseau d'opérateurs locaux, conférences et cours à l'université de Katmandou. Une mission programmée pour 2016.

- *De l'habitabilité à la territorialité.* ANR TERR-HAB (2011-2015). Le programme porte sur les périurbanités. Je suis dans le "pétale" *Récréations* (dir O. Bessy - Ph. Bourdeau). Comme produits réalisés citons les articles référencés en bibliographie tels "Trajectoires touristique et après touristique dans l'imaginaire de l'habitabilité à Saint-Nizier-du-Moucherotte" ou "L'habitabilité récréative du Vercors grenoblois", 10 des *100 mots de l'habitabilité*, Proposition retenue pour le colloque . (15% TR en 2015, 250.000 € sur 4 ans pour l'ANR).

- *Les trajectoires des aires touristiques dans le grand Sud-Ouest français depuis le XIXe siècle : dynamiques d'innovation, mises en tension et enjeux prospectifs (TRATSO).* Programme de la MSH-A, sous la direction principale de Vincent Viès (Pr Univ de Pau), sur 4 ans (2012-2016) portant, pour notre axe, sur la question de *la requalification structurelle et paysagère des métastations de ski dans les Alpes et les Pyrénées au regard des grandes évolutions (aléas, urbanisation secondaire, artificialisation...)*. Après deux doctorats d'initialisation de la problématique (soutenus en 2012, l'un a été réalisé sous ma direction) sur la partie pyrénéenne du sujet et un Post Doc (2013) plusieurs articles sont parus ou en cours de parution (citons ceux de *Geographicalia et d'Edytem*). Un ouvrage et un N° spécial de la revue *SOE* (voir bibliographie). Membre du comité de direction scientifique du programme et co-direction d'axe. (20% TR en 2015, 60.000 € sur 4 ans).

- *La valorisation de la ressource paysagère et mutations contemporaines du système territorial en Haut-Videssos.* Programme SYSTERPA (réseau des OHM) portant sur : *formalisation, indicateurs, scénarios* ». Obtenu pour la 4^e année consécutive, co-dir. P. Dérioz. Comme produits directs des années antérieures citons les articles portant sur le pastoralisme, le dédoublement résidentiel et le tourisme en Videssos (biblio) mais aussi les restitutions et ateliers de terrain de cette recherche participative. (5% TR, 2.800€ pour 2015).

- *Habiter le Luberon.* Programme de recherche du Conseil Scientifique de Parc Naturel régional du Luberon (2016-2017). Pilotage de la phase opérationnelle. Il s'agira de déterminer l'effet "territorial distinctif" qu'a introduit la mise en parc (le PNRL fêtera ses 40 ans en 2017) en particulier dans la résidentialité (10%, pour les 2 ans à venir, 70.000€ sur 2 ans).

Sélection de publications récentes (2016-2014)

Ouvrages comme auteur

Bachimon Ph., (2014), *Vacance des lieux*, Paris, Belin, 255 p.

Participation à des ouvrages.

Bachimon Ph., Dério P. & Vlès V., (2016, à paraître), « Le dédoublement résidentiel descripteur des bifurcations des trajectoires des stations de montagne », in *Stations en tensions*, (Dir. Vincent Vlès), Bruxelles, Peter Lang, pp. 31 à 48.

Bachimon P., Dério P., El Youssi M., 2016, accepté. « Les patrimoines de la vallée de la Haute Tassaout : développement rural, tourisme et authenticité », colloque international « *La valorisation des patrimoines. Authenticité et communication* », Taroudant (Maroc, 21-23 avril 2015)

Derioz P., Bachimon Ph. & Loireau M., (2016, à paraître), « Tourist localized systems, degree of functional specialization of territories and coviability: general approach and lessons from some case studies » in *Co-viability of Social and Ecological Systems: Reconnect Man to the Biosphere in a Global Era of Change*, (Dir.) O. Barriere, Berlin, Springer.

Bachimon Ph., (2016, à paraître), "Vieillardisation", "Insularisme", "Renaturalisation", "Navettourisme", "Ethiquité", "Péripatéticien", "Anachorisme", in *TerrHab* (coll. ANR), *Les 100 mots de l'habitabilité*, Grenoble, PUG.

Bachimon Ph. & Dério P., (2015). "Extension transfrontalière de la résidence secondaire « barcelonaise » et processus identitaires réciproques en Cerdagne française" in Chavarochette C., Demanget C. & Givre O. (dir.), *Faire Frontière(s). Usages politiques et raisons symboliques*, Paris, Karthala - MSH-M), pp. 155-172.

Revue internationale à comité de lecture.

Bachimon Ph., Dério P. & Vlès V. (2015), « Les phénomènes de dédoublement résidentiel dans les trajectoires de plusieurs systèmes touristiques pyrénéens (Cerdagne (P.O.), Vicdessos (Ariège) et haute vallée d'Ossau (P.A.) », in *Trajectoire des stations touristiques*, (dir.) Vincent Vlès, SOE, N°Thématique 39, p 81 à 96.

Bachimon Ph., Dério P. & Upadhyaya P., (2015, en cours), "Practicing, consuming and dreaming Landscapes: commercial Organisation and underlying mental Representations of the French Tourism in the Nepalese Himalaya" in *Nepal Tourism and Development Review*, N°2, pp 23-34.

Corneloup J., Bourdeau Ph, Bachimon Ph. & Bessy O., (2014), « L'habitabilité récréative périurbaine », in *Sociétés*, 2014/3 n° 125, p. 47-58.

Di Meo G & Bachimon Ph., (2014), Une rencontre avec Philippe Bachimon, Vacance des lieux.... La géographie a besoin du vide", in *Annales de Géographie*, N° 699, pp. 1239 à 1248.

Bachimon Ph. & Bourdeau Ph., (2014), "Trajectoires touristique et après touristique dans l'imaginaire de l'habitabilité à Saint-Nizier-du-Moucherotte", in *Géoconfluences*.

Bachimon Ph. (2014), "Paradoxaux friches urbaines", in *L'action publique saisie au travers de l'in-achèvement*, Dir. Minassian H. T. & Maccaglia F., in *L'information géographique*, N° spécial. pp. 42 à 61.

Communications à colloques internationaux en 2015.

Dério P., Bachimon Ph., Arcuset L., Loireau M. & Upadhyaya P., (2015), « Sustainability of a mountain tourist system. Lessons from the case of a Pyrenean valley under economic reconversion (Vicdessos, Ariège, french Pyrenees) » in *Perth III, Mountains of Our Future Earth*, Perth, 07/10/2015.

Bachimon Ph., (2015), « Utopies et dystopies La production de lieux touristico-identitaires dans le Pacifique sud », *FIG*, St-Dié, 03/10/2015.

Bachimon P., Dériorz P., ElYoussi M. (2015) : *Les patrimoines de la vallée de la Haute Tassaout : Développement rural, tourisme et authenticité*, colloque international « La valorisation des patrimoines : authenticité et communication », Faculté polydisciplinaire de Taroudant, 21-23 avril 2015.

Bachimon P., Dériorz P., Vles V. (2015) : *Les phénomènes de dédoublement résidentiel dans les trajectoires de trois systèmes touristiques pyrénéens. Cerdagne (P.O.), Vicdessos (Ariège) et haute vallée d'Ossau (P.A.)*, colloque international TRAST 2015 « Trajectoires des aires et stations touristiques : dynamiques d'innovation, mises en tension et enjeux prospectifs », MSH d'Aquitaine, Bordeaux, 16-17 avril 2015 (colloque final du programme TRATSO).

Annexe

Pré-recensement applications mobiles

| Applications de parcours et de visites territoriales repérées (<i>usages in-situ</i>) | | | | |
|---|--|------------|-------------------|--|
| Nom | Zone géographique | Lancement | Plateforme | Commanditaire |
| Vins de Loire | Vallée de la Loire | 2011 | Iphone et Android | Inter-Loire |
| Click'n Visit - Vins du Centre Loire | Vallée de la Loire | Mars. 2013 | Iphone et Android | Bureau Interprofessionnel des Vins du Centre |
| Loir-et-Cher Tour | Vallée de la Loire vignobles du Loir-et-Cher | 2010 | Iphone et Android | Comité Départemental du Tourisme du Loir-et-Cher |
| Vins et Tourisme en Bourgogne | Bourgogne | 2010 | Iphone et Android | Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne |
| Bordeaux Wine Trip | Bordelais | 2012 | Iphone et Android | Conseil interprofessionnel du vin |

| | | | | |
|-----------------------------|---------------------|------|-------------------|---|
| | | | | de Bordeaux (CIVB) |
| Vin Blaye | Bordelais | 2012 | Iphone et Android | Syndicat Viticole de Blaye |
| Vignoble du Jura | Jura | 2013 | Iphone et Android | Comité Départemental du Tourisme |
| Geovina Languedoc Rousillon | Languedoc Rousillon | 2014 | Iphone et Android | Vina Domitia Communication Conseil Interprofessionnel des Vins du languedoc Pays d'OC IGP) |
| Mon Vigneron | France (nationale) | 2012 | Iphone et Android | Mon Vigneron-site de ventes de vins en ligne |

| Applications de pratiques liées au vins et vignobles(<i>usages ex-situ</i>) | |
|--|--|
| Noms | Catégorisation des fonctions principales |
| ViniCava, VinoCell, etc. | Gestionnaire de bouteilles de vins |
| Vivino, WineAdvisor, Tagawine... | Evaluation des vins Base de données contributives "Shazam du vins" |
| Winewoo | Infos expertes vin (vignerons) |
| Ruinart, | Visite "virtuelle" de cave Promesse d'expérience immersive |
| QBQM, Un mets & un vin, Accords Mets & Vins, 100 Champagne Protocoles | Recherche de vins pour plats, Informations de dégustation |
| Wine Trainer, Quiz du vin, Pipotron du vin | Jeu en œnologie |
| Louis Brochet, Legras Nicolas Feuillate, etc. | Applications de châteaux ou maisons |

