



HAL
open science

La recherche et la conservation du patrimoine aux niveaux techniques, historiques et touristiques

Tiantian Yin

► **To cite this version:**

Tiantian Yin. La recherche et la conservation du patrimoine aux niveaux techniques, historiques et touristiques. Histoire. 2017. dumas-01744894

HAL Id: dumas-01744894

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01744894v1>

Submitted on 30 Jan 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



UNIVERSITÉ PARIS 1
PANTHÉON SORBONNE

L'UFR d'Histoire

Master Professionnel TPTI

Parcours "Cultures scientifique, technique et industrielle"

Mémoire de Master

**La recherche et la conservation du patrimoine
aux niveaux techniques, historiques et touristiques**

YIN Tiantian

Sous la direction de

PILLON Thierry

Remerciements

Je voudrais tout d'abord exprimer ma reconnaissance à notre promotion TPTI, notre secrétaire Madame Anne-Sophie RIETH, et Madame Anne-Françoise Garçon qui m'ont donné la chance de suivre nos professeurs très compétents ainsi que patients, dans une atmosphère parfaitement détendue avec des camarades très gentils.

De plus, je tiens à remercier mon directeur de mémoire, Monsieur Thierry PILLON de l'Université Panthéon-Sorbonne et mon ancien directeur, Monsieur Geoffrey RATOUIS de l'Université d'Angers, qui m'ont proposé l'angle de recherche de mon mémoire et m'ont apporté des idées intéressantes.

Ainsi, j'adresse tous mes sincères remerciements aux laqueurs et aux amateurs, français et chinois, du Paris Ateliers à l'Usine et Manufacture de Laque de Yangzhou, ainsi qu'à la Cité interdite de Pékin, pour m'avoir donné de leur temps et des explications, à m'avoir montré les techniques. Ils sont cités par des pseudonymes dans mon mémoire. Je tiens à remercier aussi à Madame Meiling YUAN, la présidente de l'Usine et Manufacture de Laque de Yangzhou, son assistante Mademoiselle Ya SHEN, et le directeur du Département de Conservation et Technologie de la Cité interdite, Monsieur Yong LEI, qui m'avoir ouvert et présenté chaleureusement leur établissement.

Je voudrais également exprimer mes remerciements à Monsieur Etienne MEISSONNIER qui m'a aidé pour la correction de ce mémoire.

Table des matières

CHAPITRE 1 : Projet de recherche

La transmission de l'apprentissage dans le métier d'artisan : exemple de la patrimonialisation du laquage

Introduction	6
I. Histoire de laque	10
I.A/ Le laque et la laque : patrimoine matériel et immatériel	10
I.B/ Présentation générale	12
I.C/ Présentation par pays	14
1) En Chine	14
2) Au Japon	22
3) En France	24
I.D/ La laque : une technique du corps	25
II. La transmission de l'apprentissage	30
II.A/ En France	30
Témoins à Paris Ateliers	34
1) Caractères des classes	35
2) La préparation	36
3) Les décors	38
4) Les finitions	43
II.B/ En Chine	45
1) La transmission dans l'histoire	45
2) La transmission de nos jours	48
3) Témoin à l'Usine et Manufacture de Laque de Yangzhou	49
Conclusion	52
Bibliographie	53
Glossaire	55
Sitographie	56
Table des illustrations	57
Table des tableaux	58
Annexe	59

Chapitre II : Rapport de travail professionnel

Chargé de mission du marché chinois au Château de Fontainebleau

Point de départ	61
I. Présentation de travail	62
I.A/ Présentation du Château de Fontainebleau	62
1) La fréquentation et la catégorie de clientèle	62
2) L'organigramme du château	63
3) La situation actuelle et l'histoire du château	63
I.B/ Analyse d'environnement	64
I.C/ Missions et enjeux	64
1) Enquête de public : les avis sur les sites chinois et l'enquête du terrain	65
2) Démarchage direct	65
3) Référence de Baidu et médiation	66
4) Marketing et communication	66
5) Mécénat	66
6) Acommapagnement de la visite	66
7) Réservation, organisation des visites et des activités	67
I.D/ Réalisation du travail	67
1) Enquête de public : les avis sur les sites chinois et l'enquête du terrain	67
2) Démarchage direct	70
3) Référence de Baidu et médiation	70
4) Marketing et communication	71
5) Mécénat	71
6) Acommapagnement de la visite	71
7) Réservation, organisation des visites et des activités	72
II. Bilan critique	72
II.A/ Confrontation entre les attentes et le déroulement	72
II.B/ Difficultés rencontrées et moyens mis en œuvre pour les résoudre	72
II.C/ Compétences mobilisées, compétences acquises, et restant à acquérir	74
Conclusion	75
Bibliographie	76
Sitographie	76
Table des tableaux	76
Annexe	76

Chapitre III Projet personnel et collectif

Introduction	91
I. Projet personnel	92
I.A/ Point de départ et le contexte	92
1) L'application de nouvelles technologies dans le tourisme	93
2) La recherche du tourisme	93
3) L'histoire du tourisme culturel et patrimonial	94
I.B/ Présentation de la situation actuelle	95
1) La situation actuelle du tourisme culturel et patrimonial et l'application de nouvelles technologies	95
2) Les touristes chinois en Europe	97
3) Les recherches des technologies appliquées en tourisme	100
I.C/ Les cas de recherche	103
1) Cas de recherche : Les chinois aux Château de Fontainebleau	103
2) L'application de nouvelle technologie en tourisme culturel et patrimonial	105
3) Problématique de thèse	106
I.D/ Projet pratique : une plateforme B2B franco-chinois	106
1) Description du projet	106
2) Concurrence	107
3) Le développement	107
II. Projet collectif	108
II.A/ Introduction du projet collectif	108
II.B/ Présentation de la contribution personnelle dans ce projet	109
1) travail d'écriture	109
2) Le référence du site web	110
3) La communication du site web	110
II.C/ Conclusion du projet collectif	110
Conclusion	111
Bibliographie	112
Sitographie	114
Table des illustrations	114
Table des tableaux	114
Annexe	114
Résumé	117

CHAPITRE 1 : Projet de recherche

La transmission de l'apprentissage dans le métier d'artisan : exemple de la patrimonialisation du laquage

Introduction

En novembre de 2015, au cours d'une discussion avec mon directeur de mémoire à l'Université d'Angers, Monsieur Geoffrey RATOUIS, j'ai appris qu'il existait une application de laque sur certains produits de luxe en France.

Cela m'a rappelé les laques que j'ai pu observer pendant mes visites de châteaux : notamment, les meubles au Château de Versailles et au Château d'Amboise, ainsi que les carrosses au Château de Chambord...



Figure 1 : un secrétaire italien au Château d'Ussé, XVI^{ème} siècle



Figure 2 : un carrosse au Château de Chambord, XIX^{ème} siècle

Je me suis rendu compte que c'est un phénomène très intéressant à étudier. A ma connaissance, la Chine est le plus ancien pays qui a utilisé la laque pour décorer des objets parmi les objets découverts dans les recherches archéologiques récentes. D'autres pays de Sud-est asiatique sont connus par leurs objets laqués, surtout le Japon et le Vietnam.

Comment les techniques de laque se sont répandues en Occident ?

Est-ce que les français ont créés leur propre façon à laquer ?

De quelle manière les laques sont-ils fabriqués et existe-t'il un lien étroit avec ceux de Chine ?

Quelle technique de laquage est-elle appliquée actuellement dans la fabrication de produit de luxe comme les bracelets et les colliers ? ...

Toutes ces questions m'ont incité à étudier le processus de développement et la technique de mise en œuvre de la laque dans la fabrication des meubles laqués. Par conséquent, j'ai progressivement attaché plus d'attention aux meubles et aux objets laqués quand j'ai voyagé ou visité des musées.

A partir de mars 2016, j'ai eu l'opportunité de réaliser mon stage au Château de Fontainebleau, où se situent le Salon des Laques et le Musée Chinois qui sauvegardent beaucoup d'objets laqués de Chine et du Japon. A part des meubles authentiques, sont conservés aussi des commodes laquées de la Cour française réalisés par des artisans européens. Grâce à mon stage, j'ai disposé de plus de temps pour découvrir ces objets magnifiques et rechercher leur antériorité et leur origine.



Figure 3 : un paravent présenté sur un mur au Château de Fontainebleau, XVIII^{ème} siècle

En 2016, j'ai continué mon Master 2 à l'Université Panthéon-Sorbonne au sein de la promotion Techniques, Patrimoines, Territoires de l'Industrie qui a étudié différemment les objets que ma précédente promotion Management de l'Art, de la Culture et du Tourisme à Angers. Sous la direction de Monsieur Thierry PILLON, j'ai déterminé le sujet de mon mémoire : la transmission de l'apprentissage.

Née dans une famille d'enseignants, j'ai réalisé dès mon jeune âge le processus de l'éducation. J'ai aidé mon père à corriger les copies de QCM de ses élèves, et lu les magazines "l'Éducation Familiale" quand j'avais 7 ans. Comme d'autres chinois, j'ai suivi plusieurs formations artistiques: le piano, la peinture et la calligraphie chinoises à partir de 4 ans. Ultérieurement, je me suis intéressée aussi à la fabrication des noeux chinois... Jusqu'au lycée, mon espoir de métier futur a toujours été de devenir enseignante.

Alors, ma compréhension de la transmission de l'apprentissage va-t-elle m'aider à la juger en France, dans les métiers artisanaux ? Selon les chercheurs français, comme Leroi-Gourhan et Marcel Mauss que j'ai connus pendant mon cours d'anthropologie, la réponse est oui : les laqueurs peuvent être considérés comme un seul groupe.

Les laqueurs chinois et français se différencient mais se ressemblent aussi selon leur production, leurs façons de travailler, leurs outils, leurs manières d'apprendre, etc.

Je vais bientôt commencer ma quatrième année d'études en France. En vivant dans deux pays très différents, la France et la Chine, j'ai commencé à observer et mieux comprendre les français et même les chinois sous un angle extérieur.

Avec l'autorisation de Paris Ateliers, j'ai participé aux 4 cours de laque, soit 12 heures d'observation au total. En rentrant en Chine, cet été, j'ai eu la chance de rencontrer le directeur du Département de Conservation et Technologie à la Cité interdite de Pékin. Ainsi, j'ai passé quelques jours à Yangzhou, ville de la Province du Jiangsu qui est réputée pour ses produits laqués depuis plus de cinq cents ans.

Cependant, même si la Chine a une tradition très longue de laque, nous ne pouvons pas ignorer que le Japon a aussi une longue histoire de laque, que je vais évoquée dans le cadre de ce mémoire.

Passionnée par les traditions chinoises, j'espère que mes études documentaires et mes observations de terrain me permettront de connaître l'historique et les techniques du laquage, le travail et la vie des laqueurs en France et au Japon, ainsi que d'accélérer des échanges entre la Chine et la France dans ce domaine.

I. Histoire de laque

La transmission de l'apprentissage de l'artisan ne concerne pas seulement ce processus. Le contexte de l'époque, l'évolution historique, les relations entre le maître/enseignant et l'apprenti/élève, la circonstance et le contenu du travail accompli, les demandes du marché, l'intervention de l'Etat... Ce sont autant de facteurs qui s'intègrent dans le système de transmission.

Donc, après avoir étudié la laque sous un angle historique, nous envisageons la démarche de sa patrimonialisation.

I.A/ Le laque et la laque : patrimoine matériel et immatériel

D'abord, il faut distinguer les mots de base : la laque, le laque et le laquage :

- La laque, en Chine, est **la sève** d'un arbre, nouvellement désigné en latin, *Rhus verniciflua* qui constitue la matière de ce vernis particulier..

Depuis le XX^{ème} siècle, les peintures à base de résines thermodurcissables et les peintures à base de polyuréthane sont considérées aussi comme des peintures “laquées”. Aujourd'hui, la “laque au pistolet” emploie le terme de “laque” également. La laque exprime aussi **la technique** du laquage.

- Le laque, au masculin, est **un objet** couvert de laque en provenance de Chine¹.

Le laquage est **l'application de la laque** (sur un objet ou un meuble), quelque soit la composition de la peinture, synthétique ou végétale. Le laquage trouve ses origines en Asie où les plus anciens artefacts retrouvés datent de l'Époque néolithique. Au milieu du XVI^{ème} siècle, la technique du laquage s'est propagée en France par la voie maritime créée par les Portugais et les Espagnols.

Comment la laque a-t-elle pu rentrer dans le monde du patrimoine ?

Concernant le patrimoine immatériel en France, il y a eu longtemps une résistance assez

¹ J. Soame, W. Watson, *Arts de la Chine : volume 2 : Or, Argent, Bronzes des époques tardives, Émaux, Laques, Bois*, Fribourg, Office Du Livre, 1980, pp.285

forte sur ce type de patrimoine car l'opinion publique estimait qu'il ne s'agissait pas d'un vrai patrimoine, d'une certaine façon (Davallon, 2013). Depuis la publication de la Convention pour la Sauvegarde du Patrimoine Culturel Immatériel de l'UNESCO en 2003, cette notion moderne est de plus en plus acceptée par les populations et les professionnels.

Le terme « patrimonialisation » est un néologisme qui dérive du verbe « patrimonialiser », qui lui-même vient du nom « patrimoine ». Le concept de patrimoine est resté longtemps stable parce que traditionnel et savant (Choay, 1992 : 10), mais aussi économique en tant que valeur culturelle : il présente aujourd'hui des limites qui ne cessent de s'élargir (Heinich, 2009). Le patrimoine culturel de la France n'est-il pas devenu plus important économiquement que sa production agricole dans la consolidation de son produit intérieur brut ?

Ensuite, nous remarquons l'expansion de la conception du « patrimoine ». Conformément à Jean-Charles BIROTTEAU, « patrimoine » est un mot typique de la tradition française. Au début, sa connotation littérale était « propriétés transmises par le père ». Sa définition s'est étendue pendant la Révolution française. A cette époque, le gouvernement a confisqué des propriétés privées, du mobilier, de l'immobilier appartenant au clergé et aux immigrants pour les transformer en « propriété publique ». Depuis lors, ce type de patrimoine est passé du stade de la propriété privée à celui de la collectivité publique, régionale ou nationale. Au XX^{ème} siècle, à la réunion d'Athènes, l'art et l'histoire qui ont eu besoin d'être protégés, ont été officiellement incorporés dans le cadre du « patrimoine » national. Cela signifie que sa définition a évolué du niveau social au niveau culturel. Depuis 1945, ce terme a commencé à être utilisé dans un grand nombre de documents français de l'UNESCO sur la culture, l'histoire et la nature ; ainsi, de plus en plus de termes dérivés ont émergé².

Selon le Dictionnaire Larousse, « patrimonialiser » consiste à « rendre quelque chose patrimonial, lui donner une valeur économique »³. Et Jean DAVALLON considère que dans la patrimonialisation, il y a deux types différents d'études : d'une part, celles qui portent sur les

² DU Lili, « l'évolution du mot français <patrimoine> », Patrimoine Culturel, 2015.3, pp.13-18

³ Patrimonialiser, <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/patrimonialiser/58702> , consulté 2017.8.5,

pratiques historiques, et d'autre part, celles qui portent sur la symbolique⁴. La laque a diffusé de l'Orient vers l'Occident, et elle est devenue un patrimoine sous deux aspects, historique et culturel.

Par conséquent, les laques sont des patrimoines matériels alors que le laquage est un patrimoine immatériel en tant que technique ancienne de décoration ou de protection de certains meubles ou objets.

I.B/ Présentation générale

Selon Robert Redfield, dans le domaine de l'anthropologie, la tradition est divisée en deux parties : la grande tradition et la petite tradition. La première signifie la valeur sociale de la culture dominante qui est représentée par des élites politiques, des gentilhommes et des intellectuels ; la seconde indique la valeur de la culture populaire qui se développe dans les villages. Le patrimoine est l'héritage de ces deux traditions qui sont interdépendantes et s'interagissent.⁵ Cet auteur souligne l'importance de la tradition et du patrimoine. Mais, deux questions surviennent toujours : la sauvegarde et l'exploitation. La seconde prend le risque de perdre de l'authenticité ; de plus, elle affronte l'impact de la modernité, et tous les patrimoines ne peuvent pas être sauvegardés.

La laque a été découverte et utilisée en Chine depuis plus de 8 000 ans. L'arc en bois laqué qui a été trouvé à Hangzhou (Province du Zhejiang), daté de l'Époque néolithique (8000 av. J.C. - 7000 av. J.C.) est considéré comme le premier objet laqué du monde.

Dans notre ère, la fabrication d'objets ou de mobiliers laqués et l'art du laquage ont longtemps été sous l'influence d'échanges mutuels entre la Chine, le Japon, la Corée et d'autres pays d'Asie du Sud, qui ont acquis une renommée mondiale.

⁴ DAVALLON Jean, Du patrimoine à la patrimonialisation, Publié sur PRÉAC - Patrimoines et diversité (<http://crdp.ac-paris.fr/preacpatrimoinesetdiversite>), 2013.3,

⁵ REDFIELD Robert, *The Little Community and Peasant Society and Culture*, The University Of Chicago Press, universallibrary, 1956, pp.184

« Le laque » est à l'époque un objet couvert d'une laque traditionnelle et authentique. C'est un élément du patrimoine qui a beaucoup d'avantages : il est solide et léger, résistant à la chaleur et à la corrosion ; il est possible de lui appliquer des motifs décoratifs. Donc, c'est un objet utile, économique, pérenne et parfois esthétique en raison de l'extrême brillance de son stade final de fabrication. Cependant, la signification du « laque » a été élargie depuis l'apparition d'imitations de meubles et objets laqués. De nos jours, on a tendance à considérer qu'un objet verni est aussi « un laque » par abus de langage .

Aujourd'hui, bien que cet art oriental ancien soit tout-à-fait original en Chine, la laque est confrontée de plein fouet à l'impact de la mondialisation de l'économie, de la culture occidentale, ainsi que de la civilisation industrielle moderne. En effet, de nombreux produits de peinture à base de laques synthétiques occupent maintenant le marché de la consommation, et la peinture chimique devient un substitut à la laque traditionnelle.

En raison des faibles ventes actuelles de produits laqués, beaucoup d'usines chinoises de laque sont au bord de la fermeture et se tournent désormais vers la fabrication d'autres meubles selon des techniques modernes et avec des matériaux de synthèse. Les techniques spécialisées pour la fabrication et l'utilisation de la laque naturelle risquent de se perdre, les artistes contemporains délaissant le laque au profit des tableaux laqués... Cependant, avec l'appui de son gouvernement et la passion de certains artistes, le pays voisin de la Chine, le Japon a entretenu l'art du laque traditionnel. On y emploie le laque dans la vie quotidienne (bols, barquettes, assiettes...), et il en est ainsi des produits de luxe (briquets, montres, voitures...).

En France, le laque a eu un grand succès par imitation du goût orientale de la Cour royale et des nobles entre la fin du XVI^{ème} siècle et le début du XVIII^{ème} siècle. Il influence aussi le développement du style « chinoiserie » et rocaille en France. Mais à partir du règne de Napoléon Bonaparte, avec le changement de préférence de l'Empereur, la popularité de laque a subi une régression. Sa renaissance au début de XX^{ème} siècle est liée à l'apparition de l'Art Nouveau . Les ateliers de laque continuent à évoluer dans le quartier du Faubourg

Saint-Antoine à Paris jusqu'à aujourd'hui comme je vais le décrire dans l'histoire du laque en France.

I.C/ Présentation par pays

1) En Chine

La Chine est non seulement le pays natal de la porcelaine, mais aussi de la soie et de la laque. Au cours des derniers millénaires, les peuples chinois sont certainement ceux qui ont le plus utilisé la « laque naturelle ». Depuis les années 70s, on a cru que le bol déterré du site archéologique de Hemudu (vers 5500-3300 av. J.C., Yuyao, en province du Zhejiang) était le laque le plus ancien du monde. Mais en 2012, l'exposition des vestiges de Kuahu Qiao a montré l'existence d'un arc en bois laqué qui a été trouvé à Hangzhou (province du Zhejiang), daté d'il y a 8000 ans.



Figure 4 : arc en bois laqué⁶ (photo en noir et blanc), auteur ZHANG Yan, daté d'il y a 8000 ans.

Le développement du laque en Chine peut être divisé en trois étapes : émergence, maturité et prospérité. Dans la Dynastie Xia (environ 2070 av. J.C. - 1600 av. J.C.), la Dynastie Shang (1600 av. J.C. - 1046 av. J.C.) et la Dynastie Zhou de l'Ouest (1046 av. J.C. - 771 av. J.C.) , la fabrication du laque a atteint sa maturité, accompagnée de l'épanouissement de sa culture. Il y a plus de 2000 ans, la fabrication des laques a prospéré quand il s'agissait de la période du Printemps et de l'Automne et de la période des Royaumes combattants (770 av. J.C. - 221 av. J.C.) . Dans la dynastie Han (206 av. J.C. - 220), la laque a atteint son premier pic d'histoire. Le laque Ping Tuo d' or et d'argent dans la Dynastie Tang (618 - 907), la laque sobre dans la

⁶ CHANG Bei, édit. Renmin Meishu, « Painted ornaments record and East Asian lacquer - FU traditional painted decoration system » , Chinese Edition, 2014.6

Dynastie Song (960 - 1279) et les objets laqués et sculptés dans la Dynastie Yuan (1279-1368), Ming (1368 - 1644) et Qing (1644 - 1911) ont confirmé l'apogée de son histoire en Chine.

① Travaux de la Chine ancienne

Dans la Période néolithique, les ancêtres des chinois ont déjà reconnu les propriétés de la laque et l'ont utilisé pour fabriquer des objets. Grâce à la pratique, ils ont découvert que leurs outils en bois étaient plus facilement cassés que ceux en pierre et que la laque brute, extraite de l'arbre pourrait fournir une certaine protection pour les outils en bois. Nous pouvons imaginer : les gens chassaient des animaux dans les forêts ou au bord de l'eau avec des armes en bois ou en pierre. Mais, au contact de l'eau, ces armes en bois devenaient plus lourdes et plus fragiles: ils ont donc couvert leurs outils avec de la laque brute. La laque brute était pour les protéger. Le premier objet laqué en est la meilleure preuve.

Sur la base de cette découverte, la laque brute a été largement utilisée de diverses manières, pour la fabrication d'outils quotidiens. Un grand nombre d'objets laqués ont été trouvés par des archéologues dans les sites néolithiques. Ils sont principalement en bois, mais il y en a aussi uniquement en laque. Les ustensiles ainsi traités sont variés : bassins, assiettes, tasses, boîtes, bols, bols de terre, pots, y compris des instruments musicaux et des cercueils en bois.



Figure 5 : bol laqué, Musée de Hemudu, Hangzhou, Province Zhejiang, Chine, époque néolithique

De plus, les chinois avaient déjà employé la technique d'incruster du jade ou d'autres

pierres précieuses sur les laques. La couleur du produit de recouvrement était rouge, noir, jaune ou blanc, car les laques étaient teintes avec des minéraux naturels.

A partir de la période du Printemps et de l'Automne et de la période des Royaumes combattants (770 av. J.C. - 221 av. J.C.), les laques ont été beaucoup développés aux niveaux des techniques, formes et ornements. Au fur et à mesure que l'esclavage a été aboli et que le féodalisme s'est établi, la statut en bronze a progressivement regressé au profit, dans une certaine mesure, de la laque. Elle a eu la faveur des monarques et des vassaux émergents. Pendant cette période, les laques sur support de bambou et de cuivre sont apparus. La manière de décorer progressait: les objets initialement noirs peints en rouge, et d'autres initialement rouges peints en noir entraient en scène.



Figure 6 : bol en bois laqué, période du Printemps et de l'Automne (770 av. J.C. - 476 av. J.C.)

Dans la période des Royaumes combattants (475 av. J.C. - 221 av. J.C.), la fabrication de laques a connu une prospérité sans précédent et représenté un revenu important pour le pays. Ces objets ont été utilisé amplement dans tous les domaines de la vie quotidienne. De plus, des laques esthétiques ont vu le jour, tels que des cerfs en laque, des tambours debouts en forme de tigre, des bols rituels, etc. La création de mélanges de laque brute et d'huile de

l'arbre Tung (“桐油”, huile de Tung) qui faisait briller les meubles laqués, était une innovation de l'époque. Il y a également eu des techniques de décoration plus flexibles telles que l'incrustation, la gravure à l'aiguille et le flambage de métal en bordure. Plus de couleurs et de dessins décoratifs apparaissaient.



Figure 7 : bol laqué avec deux anses, période des Royaumes combattants (475 av. J.C. - 221 av. J.C.), déterré de Jingzhou, Province de l'Hubei.

Les laques de la Dynastie Qin (221 av. J.C. - 206 av. J.C.) a beaucoup hérité du style de la dynastie précédente. De nouvelles formes sont apparues comme une boîte longue avec deux manches, une cuiller en forme de phénix et un poignard. Les techniques de décoration comprenaient l'impression, la gravure à l'aiguille et la peinture. Quand nous parlons de la Dynastie Han (206 av. J.C. - 220 apr. J.-C.), nous observons que la fabrication d'objets laqués atteignait son premier pic d'histoire.

Parmi les nombreux laques déterrés, ont été découvertes de nouvelles formes ou applications qui n'avaient jamais été vues auparavant, telles que des chaudrons, des cloches, des carafes à vin avec un goulot carré, des plateaux, des tables avec coffres, des échiquiers, des boucles d'oreilles, des encriers chinois, des caisses, des règles, des cruches de salive, des cadres, des masques, des chaises et des pupitres.

Cependant, dans la même période, certaines formes répandues dans la période des Royaumes combattants, telles que les vaisseaux à longue tige et les bêtes de gardiennage ont presque disparu. Une nouvelle technique a été inventée: la laque par empilage a utilisé la propriété collante de la laque pour atteindre l'effet d'un bas-relief.



Figure 8 : encrier chinois laqué avec couvercle, dynastie Han (206 av. J.C. - 220 apr. J.-C.)

La Dynastie Sui (581 - 618) et la Dynastie Tang (618 - 907) ont représenté l'ère la plus puissante et la plus prospère de l'histoire ancienne chinoise sur les plans culturel et économique. Elle correspond au deuxième pic des objets laqués en Chine, tant par leur diversification que par le développement de nouvelles techniques... Ping Tuo d'or et d'argent (une technique qui implique des objets laqués avec des motifs en feuilles d'or et d'argent) : c'était la technique la plus populaire de ces époques. Apparue sous la Dynastie Zhou de l'Ouest (1406 av. J.C. - 771 av. J.C.), la laque burgautée a été appliquée très largement. De même, la technique de la laque sculptée a alors atteint sa maturité.



Figure 9 : miroir de bronze, Ping Tuo d'or et d'argent, dynastie Tang (618 - 907)

Les laques sobres ont été bien développés pendant la Dynastie Song (960 - 1279). Deux avancées majeures avec la technique du raffinage de la laque brute ont été inventées : le raffinage de la laque végétale, et les techniques du laquage et du polissage des objets. La fabrication de laques s'est encore développée dans la Dynastie Yuan (1279 - 1368). Les techniques de l'Epoque furent les suivantes: laque en couleur unique, laque incrustée d'or, laque burgautée, laque sculptée.



Figure 10 : plateau de laque sculptée en rouge, dynastie Yuan (1279 - 1368)

Dans la Dynastie Ming (1368 - 1644), les laques ont été fabriqués principalement dans la manufacture impériale. Le centre de fabrication s'est donc déplacé du sud vers le nord de la Chine. Le seul livre ancien qui parle de la laque, a été écrit pendant cette Dynastie. La laque sculptée était la technique la plus développée. Ensuite, dans la Dynastie Qing (1644 - 1911), elle a connu son dernier sommet de la Chine ancienne jusqu'au milieu de XIX^{ème} siècle. La laque est devenue une technique reconnue et utilisée dans toute la Chine. Pékin, Yangzhou, Fujian... Dans beaucoup de régions, sont apparus des laques qui possédaient leurs propres caractéristiques avec un raffinement extrême. En particulier, en laque sculptée, la Dynastie Qing a dépassé les Dynasties précédentes et a développé son style unique, les caractéristiques typiques étant une augmentation du paysage sculpté et de la figure, vivante et animée, comme celles qu'on obtient avec un effet 3D fort, ainsi que des poèmes et des lignes sculptés sur des

objets laqués.



Figure 11 : boîte en laque sculptée avec des couleurs différentes, dynastie Qing (1644 - 1911)

② Travaux de la Chine contemporaine et moderne

Après la Première Guerre de l'opium de 1839 à 1842, l'économie chinoise a été détruite. La fabrication artisanale a perdu son environnement stable et a commencé à régresser, Beaucoup de techniques de laque se sont perdues, ce qui s'est traduit par de moins en moins de catégories. Jusqu'à la chute de la Dynastie Qing, les guerres ont affaibli la Chine, et les chinois ne pensaient plus beaucoup aux laques...

Pendant la République de Chine (1912-1949), les pionniers chinois de la laque , SHEN Fuwen, LI Zhiqing et LEI Guiyuan ont émigré au Japon et en France afin d'apprendre l'Art Nouveau ainsi que l'Art Déco. Ils ont adapté la laque traditionnelle à la peinture contemporaine. Dans les années 1960s, l'émergence de tableaux laqués au Vietnam, leur progression au Japon et en Corée du Sud ont donné un autre impact aux peintures à la laque. L'éducation nationale à la laque commençait en Chine.



Figure 12 : peinture à la laque, auteur : QIAO Shiguang (1937 -)

Au moment de la fondation de la nouvelle République de Chine (1949), le laquage traditionnel chinois était presque en situation d'extinction. Des ateliers et des personnes se sont réorganisés en entreprises mixtes à capital privé et public. Avec le support du gouvernement, les laques ont été beaucoup exportés à partir du début des années 50s jusqu'au début des années 60s.

Malheureusement, à cause de la Révolution culturelle qui a eu lieu entre 1966 et 1976, les traditions chinoises ont encore subi un effet dévastateur. Après cette période, les favoris de l'art traditionnel ont fait beaucoup d'efforts pour sauvegarder tous ces trésors de la Chine ancienne.

Certains ont commencé à se concentrer sur la valorisation du patrimoine culturel immatériel et sur sa conservation, à sélectionner les arts nationaux et provinciaux, les principaux artisanats et leurs maîtres. A partir de 1979, un système d'héritiers a commencé à s'établir et a distribué le titre de “ grand maître d'artisanat de la Chine”.

Après trois décennies de réformes et d'ouvertures, la Chine continue actuellement à se réapproprier la connaissance de son patrimoine, et à reprendre ses échanges culturels vers le monde. De nombreuses universités ont commencé à embaucher des professionnels, ainsi que des spécialistes en provenance de l'étranger. De même, différentes conférences internationales sont maintenant souvent organisées à ce sujet.

Mais si on considère les impacts rapides tant de la mondialisation de l'économie que de la culture occidentale, et de la civilisation industrielle moderne, nous avons encore besoin de continuer à développer la laque...

2) Au Japon

La laque japonaise est restée longtemps sous la grande influence de la Chine. Mais ce sont les Japonais qui ont amené la laque à son plus haut degré de perfection, ce qui est devenu presque un art national.

① De l'Age de Pierre à la Protohistoire

Les plus anciens objets laqués trouvés au Japon remontent à 4000 av. J.C. Pendant la Période Yayoi (300 av. J.C - 300 apr. J.C). Les objets laqués et la technique de laque chinoise entraient au Japon en passant par la Péninsule coréenne à cette époque. Pendant la Période Kofun (250 - 538), avec le développement du bouddhisme, la technique de laque à base de lin (souvent enlever la base après laquer) pour la fabrication de Bouddha arrivait de la Chine vers le Japon.

② Le Moyen Âge japonais (XII^{ème}-XVI^{ème} siècles)

Le Moyen Âge japonais suit la Période Asuka (593 - 710). Pendant cette dernière époque, le gouvernement japonais a envoyé beaucoup d'ambassadeurs en Chine (Dynastie Sui et Tang), et beaucoup de personnes qui voulaient apprendre la laque. A partir de cette époque, la laque japonaise rentrait dans une époque glorieuse. Le Tamamushi no zushi (sanctuaire en laque) est un chef-d'œuvre.



Figure 13 : Le Tamamushi no zushi (玉虫厨子), milieu du VII^{ème} siècle

Au Moyen Âge, le gouvernement japonais a installé des départements spécifiques pour gérer officiellement la laque en collaboration avec des chinois et des coréens. Au X^{ème} siècle, la technique maki-e (ou l'image semée) a été inventée et devenait une technique exemplaire de laque japonaise.

③ Époque d'Edo (XVII^{ème} – XIX^{ème} siècles)

A l'Époque d'Edo (XVII^e siècle), ce pays perfectionne la technique non seulement selon son cadre d'application, mais aussi selon son expression artistique. Afin de contrôler la fabrication de laques, le gouvernement japonais imposait aux laqueurs de participer à la corporation. Ainsi, il contrôlait bien l'exportation des laques, bien que leur nombre était moins important que celle de la porcelaine chinoise. En comparaison avec la Chine, les laques japonais sont toujours utilisés au quotidien par le peuple : ils gardent donc leur caractère populaire.



Figure 14 : boîte laquée maki-e (l'image semée), Époque d'Edo (XVII^{ème}–XIX^{ème} siècles)

À la fin du XIX^{ème} siècle, l'ouverture du Japon et son influence sur les peintres ont remis le laque à la mode. Au début du XX^{ème} siècle, deux ou trois maîtres laqueurs japonais s'installent à Paris et travaillent avec les artistes du mouvement Art-Déco (Julien, 2003). Maintenant, la sauvegarde et la création sont bien développées au Japon, qui mérite aussi son nom de « pays de la laque ».



Figure 15 : un peigne et des baguettes de maki-e (l'image semée), du XXI^{ème} siècle

3) En France

① L'arrivée des laques

Les premiers laques asiatiques sont entrés en France par le port de Venise. Les Français ont mis en place leur propre "Compagnie française des Indes orientales" en 1664 et a établi les activités régulières d'affaires (Abramas, 1991). Ensuite, la laque orientale a été importée régulièrement en France. Les musées français regorgent d'objets laqués, à la suite de nombreuses importations depuis l'Asie, dès la fin du XVe siècle⁷. Les voies de diffusion des laques peuvent être résumées selon le schéma du Tableau 1. La première diffusion a lieu surtout dans la Dynastie Han (206 av. J.C. - 220 apr. J.-C.).

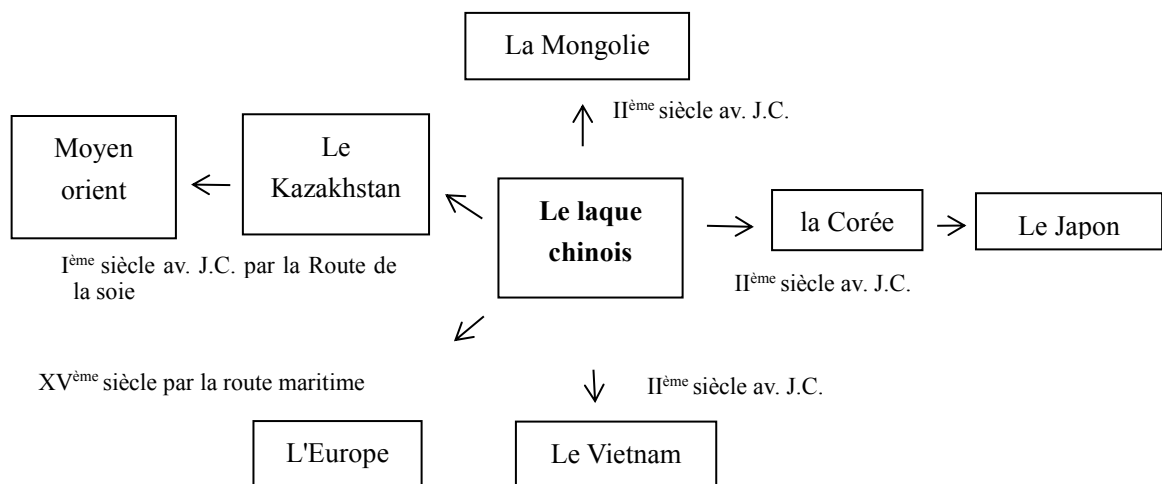


Tableau 1 : La diffusion de laque chinois, auteur : Tiantian YIN

Marie de Médicis, l'épouse de Henri IV, était très fascinée par les objets laqués; Louis XIV a aussi bien apprécié les laques orientaux, ce qui a déclenché une vague d'intérêt dans les aristocraties occidentales. Soudain, leurs prix ont grimpé, mais l'offre n'a pas répondu à la demande.

Pour cette raison, le roi a alors fondé un atelier de meubles laqués, pour les besoins de sa famille et de sa Cour⁸ : la Manufacture royale des Gobelins. Les frères Martin étaient les figures remarquables. En fait, le vernis européen s'est différencié de la laque asiatique, le journaliste a utilisé « japon » pour le premier.

⁷ Le Hô A.S, Duhamel C., « Caractérisation, compréhension des mécanismes d'altération et conservation des laques asiatiques: issues de contexte archéologique et muséal », *Actes du colloque Sciences des matériaux du patrimoine culturel – 2*, Paris, 2012.11, pp.50-56

⁸ WANG Yake, *L'application du laque dans l'ameublement moderne*, Mémoire de Master en Art, Université Normale Technique de Jiangxi, Chine, 2013, pp.61

Le type des laques « de Coromandel » a été créé en Chine vers le milieu du XVII^e siècle. Leur nom a été donné par les Anglais car les laques quittaient un port de la Côte orientale de l'Inde et rentraient en France aux XVII^e et XVIII^e siècles. Depuis longtemps, nous ne savions pas où ils avaient été fabriqués. Jusqu'au début de XXI^e siècle, au moment de la découverte d'un collectionneur chinois qui a acheté un paravent de Coromandel. Nous avons su alors que le nom de la ville taillé au pied de ce paravent était celui de Yangzhou, dans la Province du Jiangsu.

La laque, comme élément du mouvement de la Chinoiserie, a influencé aussi deux styles importants : le Baroque et le Rococo au début du XVIII^e siècle.



Figure 16 : Commode avec panneaux laqués et Vernis Martin, époque Louis XV

Le XIX^e siècle, en revanche, fut marqué par une disparition quasi complète de cette production : Napoléon était plus tourné vers le Proche et le Moyen-Orient. Ensuite, l'une des conséquences de la Révolution française fut la récession de l'artisanat. En dépit de la continuation spontanée de l'art du laquage, la tradition artisanale du compagnonnage s'est désintégrée.

② La renaissance de laque

Mais, dès le début du XX^e siècle, beaucoup d'étudiants chinois sont arrivés en France à cause du déclin de leur pays natal. Ils voulaient apprendre les nouvelles sciences, les

politiques, ainsi les cultures et techniques occidentales. Beaucoup d'entre eux ont bénéficié des subsides du gouvernement chinois, d'autres ont pris leurs frais à leur charge⁹. Quelques uns se sont adressés aux artisans français restaurateurs de meubles laqués « chinois » pour trouver du travail. En même temps, un artiste français, Jean Dunand a utilisé la coquille d'oeuf en grandes surfaces pour remplacer le blanc qui n'existait pas dans les laques colorées initiales. Cette technique a été ensuite amplement reprise par les artistes chinois.

Les ateliers chinois du Faubourg Saint Antoine (près de la place de la Bastille) se sont multipliés dans les années 1970 grâce à l'accroissement de la demande et aux encouragements des gouvernements français. Aujourd'hui, il reste, certes, de nombreuses enseignes, mais beaucoup d'ateliers qui fabriquaient des meubles laqués, sont remplacés par des magasins de vêtements et des galeries d'art. Ainsi, des vingt-cinq magasins et ateliers que Y.S. Live a dénombrés en 1985 dans le quartier du Faubourg, il n'en restait que quinze en 1993 (Julien, 2003).

Les marques de luxe françaises demandent de temps en temps aux laqueurs leur collaboration pour réaliser des produits de luxe. Par exemple, une laqueuse m'a dit qu'elle a fabriqué des bracelets laqués pour la Maison Cartier.

Le laque est considéré comme un cadeau international. En 2005, cette société a conçu spécialement un peigne orné de laque et de jade sur le thème de « l'Année franco-chinoise ». De plus, des institutions et des centres de recherche français ont lancé des projets qui consistait à développer des méthodologies analytiques pour identifier des marqueurs biomoléculaires, de manière à les corréler à leur provenance géographique et à retracer ainsi une partie de l'histoire des objets laqués (A.S Le Hô,2012), ou à les classer sur des bases anthropologiques et archéologiques¹⁰.

I.D/ La laque : une technique du corps

Selon Marcel Mauss, un acte technique est un acte traditionnel efficace. Les techniques du

⁹ ZHANG Qianyi, édit. Beijing Lianhe, « La grande vague d'étude à l'étranger », 2016.10

¹⁰ J Bleton, S.V. Duy , « Caractérisation physico-chimique de laques de Mongolie du Ier siècle ap. J.- C. », *ARChéoSciENCES*, Revue d'Archéométrie, 2005, pp. 69-81

corps varient dans l'espace comme dans le temps (Mauss, 1934), elles sont diverses et spécifiques. La laque est reconnue par les laqueurs occidentaux et orientaux, mais ils ont des manières différentes de la traiter. Les laqueurs chinois utilisent depuis 8000 ans la laque végétale. Au contraire, faute d'environnement géographique convenable en Europe, l'arbre qui produit la meilleure laque, n'y pousse pas. Le vernis Martin a été créé comme un substitut de la laque végétale.

Le processus de fabrication d'un laque est très compliqué, impliquant de nombreuses étapes telles que la préparation de base, le détachement de la base, le plâtrage, le polissage, la laque et la peinture, etc. Le traitement de la laque peut être divisé en deux catégories: l'un est le processus de fabrication et l'autre est le processus de décoration. Le premier consiste à bien préparer la base et se termine par la formation initiale du laque, tandis que le dernier consiste à laquer et décorer les objets afin de leur donner un effet consistant et brillant, parfois artistique.

Dans les quatre coins du monde, les laqueurs ont leurs propres méthodes pour fabriquer et à décorer les laques. Mais la technique principes ne change pas : mettre plusieurs couches de laque sur une base. Par conséquent, les laqueurs peuvent être considérés comme un seul groupe. Leroi-Gourhan trouve que les différences apportées par les techniques sont plus importantes que celles d'ethnie et de religion. Selon Marcel Mauss, la technique n'est pas indépendante de la dimension physio-psycho-sociologique de l'être-humain, mais elle est liée à tous ses aspects. Cela montre aussi qu'à la base d'une technique commune, les différents artisans peuvent interpréter différemment. Par exemple, sur les figures 29 et 42 (voir figure 42 dans l'annexe), les deux ouvrières poncent l'œuvre avec des gestes différents et des techniques corporelles différentes. De même, sur les figures 12 et 30, ce sont des tableaux de laque, mais avec des couleurs et motifs différents.

Parallèlement,, grâce aux techniques de base communes, les techniques du corps peuvent remplacer les paroles. Eric Stocker est un laqueur français qui travaille dans un atelier de laque naturelle au Cambodge avec des cambodgiens ruraux. Il les forme et travaille à 30% de son temps avec des entendants et 70% avec des malentendants. Il n'y a aucun handicapé pour

les former, “il faut juste s'asseoir à côté d'eux et leur montrer les techniques”¹¹.

L'éducation joue un rôle principal dans la transmission de ces techniques. Mauss estimait que l'éducation fondamentale de toutes les techniques consistait à faire adapter le corps à son usage¹².

Selon les laques retrouvés, leurs formes sont adaptées aux besoins de la société et de la classe sociale. Les connaissances obtenues lors de l'examen des représentations sur la « réalité » et sur « le sujet connaissant » seraient universelles. Cette connaissance universelle est, évidemment, la science.

¹¹ Tv4k, Eric Stocker, <https://v.qq.com/x/page/u0392638zmf.html>, 2017/4/12, consulté 2017/8/12

¹² Marcel Mauss (1934) « Les techniques du corps » Un document produit en version numérique par Jean-Marie Tremblay, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi Dans le cadre de la collection: "Les classiques des sciences sociales" Une collection développée en collaboration avec la Bibliothèque Paul-Émile-Boulet de l'Université du Québec à Chicoutimi

II. La transmission de l'apprentissage

II.A/ En France

La France n'est pas le pays d'origine du meuble et de l'objet laqués. Les artisans et artistes ont appris les techniques de laque en imitant les meubles de laque asiatique. Ils enlevaient les panneaux laqués des meubles chinois, et les incrustaient sur les meubles français. Ensuite, avec l'application de vernis, il ne restait que les "techniques de laque" sur les "meubles laqués chinois" en France et tous les matériaux étaient d'origine locale. Au niveau des établissements, la Manufacture Royale des Gobelins ne travaillait presque que pour la famille royale, mais il n'y avait que des meubles et objets défectueux qui sortaient de ce cercle. La transmission de l'apprentissage avait lieu dans la manufacture ou dans les familles de laqueurs. Jusqu'à la fin du XIXe siècle, l'école des métiers d'art a fonctionné.

Les premiers laques asiatiques sont entrés en France par le port de Venise à la fin du XVIIIe siècle. L'épouse du roi Henri IV, Marie de Médicis était très friande d'objets laqués. A cet effet, elle a embauché Etienne Sager pour fabriquer des laques selon « les techniques chinoises », l'artisan a été nommé « Maître faiseur d'ouvrages de la Chine ».

En 1672, la Manufacture des Gobelins intégra un atelier de laque sous le règne de Louis XIV. Initialement, la Manufacture royale des Gobelins a imité l'Orient ; ensuite, les artisans ont créé leur propre style. Beaucoup de spécialistes des Gobelins ont été invités dans toute l'Europe, notamment Charles Le Brun. Ce dernier a proposé aux artistes et aux artisans de travailler ensemble pour créer un "vrai style français". Mais faute de matériau, ils n'ont pas pu produire des meubles en laque végétale en quantité suffisante par rapport à la demande royale. En effet, leurs créations étaient plutôt dans le domaine du vernissage. Le vernis est un liquide visqueux, généralement à base d'une résine naturelle (copal, mastic, dammar, gomme-laque) ou synthétique (polymère ou monomère plus catalyseurs) en solution ou en dispersion.

Afin d'encourager les artisans à consacrer leur travaux à la Manufacture des Gobelins, elle a proposé des objets concrets de rois. Le service militaire n'était pas obligatoire pour eux, et ils payaient moins d'impôts. Leur descendants ont eu une éducation classique et complète, pour

hériter les travaux sérieux de leurs parents. Toutes ces mesures garantissaient la fidélité des artisans. Ils travaillaient presque exclusivement pour le roi et sa famille.

Après beaucoup d'essais, les meubles décorés avec un motif de paysage asiatique et des ornements en métal ont eu un grand succès.

Les marchands merciers faisaient le commerce de toutes sortes de produits exotiques. Ils avaient importé les cabinets de laque en vogue au XVIIIe siècle. Leur activité prenait désormais de l'ampleur. C'est sans doute le commerce des laques qui les mit en contact direct avec les principaux ateliers de meubles.

Entre la fin du XVIe siècle et le début du XVIIIe siècle, les politiques de Louis XIV ont poussé l'Etat à la faillite. La Manufacture a été obligée de fermer pendant quatre ans (1693 et 1697). Quand la situation économique a repris le roi a changé son goût.

Les corporations sont apparues dans des centres urbains au Moyen Age et ont existé jusqu'à la Révolution. Le but était de protéger principalement les commerçants. Ces organisations divisaient chaque métier en maîtres, apprentis et valets, et marquaient « une étroite dépendance des deux derniers par rapport aux maîtres, sur un mode familial masquant mal une sorte de vassalité économique, sociale et morale » (Le Goff J., 1992).

Il n'était pas facile de devenir maître. La première question était d'avoir assez d'argent car il fallait verser une taxe élevée pour avoir le droit d'exercer le métier.

A partir du XVIIIe siècle, il était de plus en plus difficile de rentrer dans la corporation. Par exemple, la pratique de plus en plus courante du chef-d'oeuvre, jugé par les jurandes, limita pour le compagnon apprenti l'accès à la maîtrise, les critères de décision n'étant pas toujours objectifs. Les jurandes veillaient à faire appliquer les strictes réglementations du métier et contrôlaient en même temps le commerce des professions artisanales¹³.

A partir de 1713, "les techniques chinoises à laquer" a eu un nouveau maître: le flamand Jaques Dagly. Il a commencé à travailler avec Claude Audran et Pierre de Neufmaison, afin de

¹³ JULIEN Marie-Pierre, *Les meubles laqués chinois made in France (thèse)*, Paris, 2002.

créer un matériau qui convenait aux beaucoup de bases comme la laque végétale chinoise. Par exemple, sur la soie, le cuir, le lin et les meubles. Leur création a été validée en octobre 1713.

En 1730, la création des frères Martin a bouleversé le marché du laque. Ils ont utilisé des techniques de “laque” à partir de Copal. Leur meubles laqués ont une couleur plus légère que ceux de la Chine. Par ailleurs, ils en gardent la dureté et la clarté. Avec deux autres frères et quatre fils, l’atelier des frères Martin a gardé la prospérité jusqu’à la fin du siècle.

Dans cette époque, Jean Félix Watin a écrit des oeuvres comme « L'art du peintre, doreur, vernisseur, ouvrage utile aux artistes et aux amateurs » en expliquant les techniques et l’application de la laque française.

En France, l’évolution de la mode des meubles était un phénomène organique. Le mobilier était le résultat d’une collaboration entre plusieurs corps de métiers très différents. En raison de l’habitude française de parer les meubles importants de chrysothèse et de bronze doré, et d’employer le laque et la porcelaine¹⁴, il était habituel de passer par plusieurs artisans ou par un artisan qui connaissait plusieurs techniques. Normalement, les fabricants de panneaux en laque ne laissaient pas leur noms, à l’exception des Frères Martin.

Les laqueurs français échangeaient beaucoup avec d’autres laqueurs, surtout les japonais. Jacques Dubois et son fils René Dubois étaient un exemple. Ils ont fabriqué un coffre en employant les techniques française et japonaise, collectionné par Marie Antoinette. La fabrication d’un laque sur une base de métal était populaire jusqu’au XIXe siècle. Mais, faute de descendants, les techniques n’ont pas gardé d’appellation particulière.

L’art du laque moderne commençait à se développer. La fondation des Écoles Boulle et Oliver de Serres offraient un nouvel endroit pour former des artistes, des artisans et des créateurs.

Avec la diaspora chinoise en France, de plus en plus de gens s’installaient dans le Faubourg Saint-Antoine à Paris depuis le début du XXe siècle. Le développement du laque était étroitement lié à cette diaspora.

¹⁴ EDWARD Lucie-Smith, Histoire du mobilier, édit. THAMES & HUDSON, Collection : l'univers de l'art, 1990, pp. 97-99

Pendant la Première Guerre Mondiale, entre 1916 et 1918, 140 000 Chinois sont arrivés en France pour travailler. Après la Guerre, 2000 à 4000 d'entre eux sont restés officiellement. Ils étaient plutôt originaires des villes de Wenzhou et de Qingtian. Ensuite, le Mouvement des Étudiants-Ouvriers a fait venir près de 2 000 étudiants en France entre 1919 et 1922. L'objectif était d'apprendre les "expériences avancées des occidentaux" aux niveaux politique, culturel, scientifique... Par exemple, Monsieur CHEN Guiyuan s'est installé dans un atelier de laque, et a appris des techniques de laque perdues en Chine. De retour de la France, il est devenu un pionnier de l'art du laque en Chine. Des émigrants de la Province du Zhejiang sont arrivés à cause des problèmes économiques avant la Deuxième Guerre Mondiale. Le Ministère de l'intérieur de l'époque donna un nombre de 4029 chinois en 1936 (Julien, 2003).

La deuxième vague migratoire des chinois a été liée à la fuite des peuples d'origine chinoise des guerres : la Guerre d'Indochine entre 1945 et 1954, et la Guerre du Viêt Nam entre 1955 et 1975. En 1975, avant l'arrivée des Sud-Asiatiques, le chiffre officiel de Chinois en France procuré par le Ministère de l'intérieur était d'environ 20 000 personnes (Julien, 2003).

Plus tard, selon la même source, de 1975 à 1987, la France a officiellement accueilli 147 000 réfugiés à cause des conflits des pouvoirs en Asie du Sud-Est. Les chinois ont beaucoup travaillé sans communiquer avec les autres souvent, ils ont laissé l'impression que "les chinois travaillent beaucoup".

Ils se sont rassemblés à Paris, dans le 3^e arrondissement, le triangle de l'avenue de Choisy et de la rue de Belleville et ont ouvert des maroquinerie, restaurants, ateliers de laque... Les laqueurs chinois qui ont appris localement les techniques de laque, ont eu un travail plus facile que les laqueurs français car ils avaient un visage asiatique.

Comme nous avons évoqué précédemment, les ateliers de laque se sont multipliés à partir de 1970 grâce aux nombreuses demandes et le support du gouvernement français. Cependant, faute de descendants, beaucoup d'entre eux sont maintenant remplacés par des magasins de

vêtement.

Depuis les années 1970, d'après les Ministères de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi ainsi que celui de la Culture et de la Communication, l'Etat français voulait valoriser des métiers d'art français en France et à l'étranger. La Société d'encouragement aux métiers d'art préfère valoriser la transmission du savoir-faire des ancêtres, tandis que les AAF (Ateliers d'Art de France) privilégient les métiers d'art contemporains pour changer l'image des métiers d'art.

La laque au pistolet est apparu à l'époque de l'Art Déco. Ensuite, plusieurs techniques performantes ont été créées : acryliques, glycérophtaliques et polyuréthanes. Les manières de présenter sont de plus en plus variées. La laque est devenue un art plus abstrait qu'avant. Ces «laques modernes» peuvent être utilisées sur toutes sortes de support : contreplaqué, latté, aggloméré ou encore tôle d'aluminium.

Témoins à Paris Ateliers

Aujourd'hui, il y a trois endroits typiques où nous pouvons découvrir la transmission de l'apprentissage à Paris : des ateliers privées, des associations des métiers d'art, et des écoles.

Aux mois de mai et juin, j'ai réalisé plusieurs observations dans un atelier de l'Association "Paris Ateliers" dans le 17^e arrondissement.

Paris-Ateliers est une association établie depuis 1977 sous le sigle ADAC. En 2007, elle est devenue Paris-Ateliers. A ce titre, elle organise des cours pour les amateurs principalement dans le domaine des métiers d'art et des arts plastiques en plus de 93 disciplines. Ses cours sont hebdomadaires tout au long de l'année scolaire, et elle organise des stages de découverte ou de perfectionnement aussi.

Environ 160 intervenants donnent des cours aux amateurs, dans une classe d'une dizaine de personnes. Les classes se répartissent dans 29 lieux de Paris.

1) Caractères des classes

Plusieurs laqueurs enseignent les méthodes et la pratique du laquage : au total, il y a trois cours de différents horaires en l'année scolaire : le premier est de 10h à 13h, le deuxième est de 14h30 à 17h30, le dernier est de 18h à 21h.

J'ai participé à deux classes à différents moments. La première observation avait lieu le 16 mai, en cours du soir avec Madame Lagarde¹⁵ (cours numéro A). La deuxième était au 12 juin pendant le soir, en présence avec une autre enseignante, Madame Bourdin (cours numéro B). Ensuite, j'ai réalisé 6 heures d'observations, le 19 juin pendant l'après-midi et le soir guidés par Mme Bourdin (cours numéro C et D).

Les deux classes ont des points communs : chaque classe est composée d'une laqueuse et des amateurs de laque, avec plus de femmes que d'hommes. L'âge était très varié : d'une vingtaine à une soixantaine d'année. De plus, leur métiers et leurs motivations étaient variables : ont participé des graveurs, des peintres, des menuisiers, de graphistes mais aussi d'instituteurs, d'étudiants d'université, et personnes de retraite etc.

L'atmosphère de classe est plutôt relâchée. Très peu des élèves arrivent à l'heure pour le cours ;, certaines personnes arrivent avec un retard de deux heures (le cours durait trois heures). En majorité, les participants venaient aux cours entre quinze et quarante minutes. Pendant les cours du soir (cours A, B, D), les élèves apportent de quoi s'alimenter en raison de l'horaire du cours. Ils parlent de tous les sujets avec la professeure : le transport, le météo, la cuisine, la santé, des produits biologiques, le sport, le voyage, les collègues de travail... les gens racontent les choses qu'ils ont eu récemment, expriment leurs opinions et leurs sentiments. La plupart de temps, ils laquent avec leurs mains mais en parlant d'autres choses que de laque. Parfois, ils travaillent en mangeant.

A part tous ces points communs, les classes se distinguent aussi selon l'atmosphère. Souvent, l'atmosphère est plus détendue dans les cours du soir que dans celui de l'après-midi. Peut-être que le partage des aliments est comme un lubrifiant de la communication entre les gens ? Vu

¹⁵ Tous les noms sont des pseudonymes

que Mme Bourdin est plus stricte, ses classes sont plus sérieuses. Mais elle n'est pas toujours contente du manque de respect de ses élèves. "Je préfère l'expression du respect entre les maîtres et leurs élèves en Asie." dit-elle. Cependant, elle s'entend bien avec ses élèves, surtout ceux qui viennent en cours de soir.

Dans la suite de mon mémoire, je présenterai la transmission de trois étapes : la préparation, la décoration et la finition des laques.

2) La préparation

Il existe peu d'outils spécifiques au travail de la laque, à part les pinceaux plats en cheveux de femmes (pour la laque végétale), et des bambous aux extrémité biseautées servant à appliquer la poudre d'or¹⁶. Il y a des "touillettes" qui servent à mélanger les couleurs aux vernis, des papiers abrasifs et des cales autour desquelles ils sont enroulés lors du ponçage des couches de laque, des fers à reparer du doreur, des outils pour ciseler ou graver, des cutters et des couteaux.

Il y a plusieurs techniques d'utilisation du pinceau. La professeure demande à une élève de « décharger » son pinceau parce qu'il contient trop de vernis. L'élève frôle doucement son pinceau sur du papier de journal qui est placé sur la table. Mais, la professeure lui dit de « plier le papier, de mettre le pinceau dedans et de l'essuyer fortement ». On constate qu'on commence souvent à apprendre une technique très doucement, et quand on l'a connaît mieux, les gestes deviennent alors plus forts et plus souples.

Parmi les matériaux utilisés, citons la laque, le vernis, les pigments, la nacre, les poudres et les feuilles d'or, d'argent, de cuivre, etc.

¹⁶ NICOLAS Catherine, GAMBRELLE Fabienne, *Secrets d'ateliers : les laques*, édit. SOLAR, 2006



Figure 17 : des pigments d'atelier, photo prise dans l'atelier, 2017

① Le choix d'objet

Même si certains élèves fabriquent des tabourets ou des petites boîtes, les objets fabriqués sont essentiellement des tableaux. Dans les cours, ils adaptent la laque aux traditions françaises comme ce que font les vietnamiens aujourd'hui. Les vietnamiens travaillent aux décors et aux tableaux compte tenu de l'influence française lors de la précédente colonisation de leur pays. Par conséquent, ils fabriquent très peu d'objets anciens et de meubles.



Figure 18 (gauche) : les tableaux faits à l'atelier qui sont en train de sécher, photo prise dans l'atelier, 2017



Figure 19 (droite) : une tableau faits à l'atelier, photo prise dans l'atelier, 2017

② Apprêt du vernis

Conformément au support en bois utilisé dans l'atelier, la première étape est de poncer sa surface. Dans la classe, ils utilisent un papier de verre à gros grain pour le ponçage, et enlèvent la poussière à la main. La deuxième étape consiste à étaler des couches de laque ou de vernis. A Paris-Ateliers, les professeurs apprennent aux élèves à utiliser le vernis *flattin* ; ils n'utilisent pas la laque végétale. On applique un mélange de vernis glycérophtalique et de térébenthine à parties égales ("mélange 50/50") sur toute la surface. Ensuite, il faut laisser sécher pendant 24 heures, et puis étaler une couche de vernis pur. L'ordre est de gauche à droite, de haut en bas, et puis finir par les bords. Le but est de cacher les traces de pinceaux.

③ Entoilage et apprêtage

Le but d'entoilage est de stabiliser le support et d'éviter qu'il se voile. A cette fin,, la colle de peau de lapin, de tarlatane/soie/chanvre/papier et de blanc de Meudon sont nécessaires.

Mme Bourdin privilégie l'apprentissage de ses nouveaux élèves avec un tableau en relief. En travaillant sur ce type de tableau, ils peuvent apprendre un maximum de techniques en tant que nouveaux entrants. Deux tableaux de chevaux courants sont pratiqués pendant l'observation. Pour sculpter un relief, on doit passer un apprêt au blanc de Meudon qui ne s'applique que sur un support en bois. La professeure est contente de voir l'apparition de la forme des chevaux, parce que les élèves sont alors plus motivés de continuer pendant le semestre suivant.

Ensuite, ils peuvent appliquer les vernis et commencer à décorer.

3) Les décors

① La préférence de couleur et de dessin

Au niveau des couleurs, celle de la laque originale, noir et rouge, est relativement peu utilisée. "Elles ne sont pas très très belles." dit un professeur, "Nous changeons la couleur avec les pigments car celle de la laque est trop foncée : elle « mange » les autres couleurs." L'esthétique change selon les habitudes, le temps et le pays. En effet, depuis le XVII^{ème} siècle,

la base des objets dans les couleurs originales de laque (noir et rouge) n'étaient pas beaucoup appréciée par les rois, la Cour française et les nobles. Pour eux, la Chine avait une image plutôt humoristique et facétieuse. Cela explique aussi la popularité des meubles des Frères Martin qui ont utilisé des couleurs plus légères.



Figure 20 (gauche) : paravent style Louis XV en vernis Martin, de Majorelle

Figure 21 (droite) : paravent à six feuilles en laque. Chine, XVIII^{ème} siècle, photo par Artprice

Ce sont surtout les tableaux à la laque que les élèves choisissent de réaliser dans Paris-Atelier. Les élèves qui savent déjà peindre, peuvent créer leur propre tableau, d'autres copient souvent les dessins connus comme le « Red Fuji » de Katsushika Hokusai avec une liberté de création. Les derniers reçoivent les conseils basiques de leur professeure : l'ordre du dessin, l'utilisation de touche, le traitement du bord des deux couleurs...



Figure 22 : une élève choisit le tableau de Hokusai à copier, photo prise dans l'atelier, 2017

Après qu'une couche (de laque ou de vernis) est terminée, il est nécessaire d'attendre 24 heures pour le séchage. La professeure propose de vérifier le séchage du bout des doigts. S'il ne colle plus au doigt, on dit qu'il est "amoureux" et on peut passer à la prochaine étape.

② Les techniques avec la nacre, les coquilles d'oeuf et les feuilles d'or

A part la laque végétale, d'autres matériaux sont relativement faciles à acheter ou trouver à Paris ou en France. Par exemple, une professeure a dit qu'« elle achète de la nacre auprès d'un fournisseur de nacre très connu, installé à côté du Musée de la Nacre à Méru dans l'Oise »; les feuilles d'or et la poudre d'or s'achètent dans le magasin de Dauvet dans le 7^e arrondissement. Une élève m'a dit que "les coquilles d'oeuf sont faites à la maison." "On garde les coquilles après leur consommation, et puis on enlève le truc blanc (la membrane interne de l'oeuf), et on les nettoie à l'eau." Cette élève m'explique qu'on utilise deux pinceaux et un bout de métal : ce dernier permet de casser la coquille en petits morceaux et le pinceau permet de les placer harmonieusement. Je dis qu'"il faut beaucoup de patience"! Elle me répond : "non non, je l'aime bien, on se détend !"

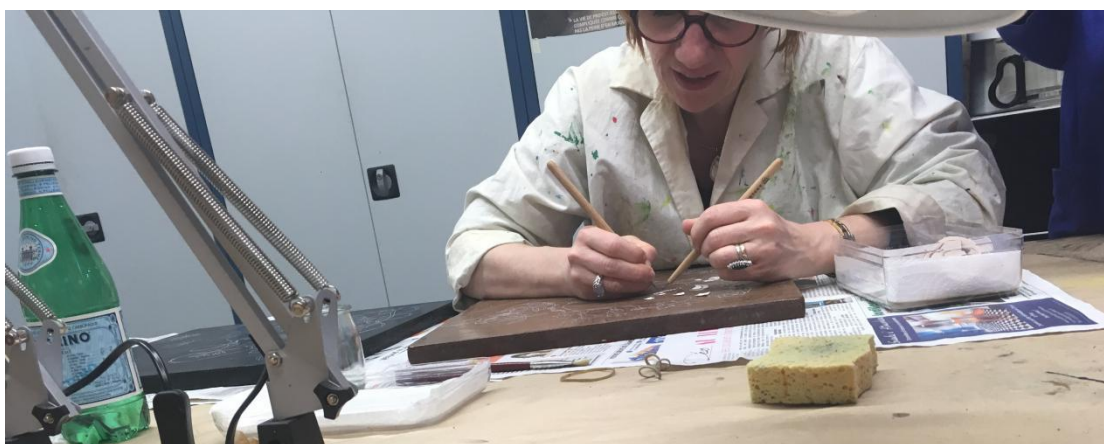


Figure 23 : une élève travaille sur les coquilles d'oeuf, photo prise dans l'atelier, 2017

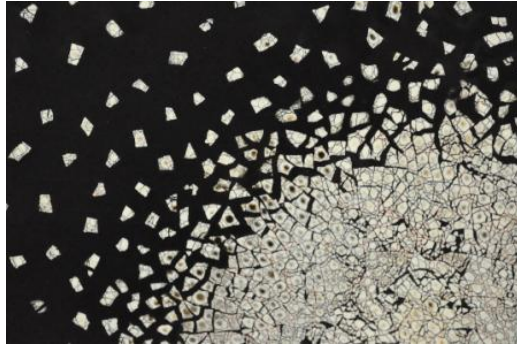


Figure 24 (gauche) : l'effet des coquilles d'oeuf

Figure 25 (droite) : l'effet des coquilles d'oeuf par une élève d'atelier, photo prise dans l'atelier

Au lieu d'utiliser les coquilles d'œufs de poule, les chinois emploient plutôt celles des œufs de cane pour trois raisons :

1°) les chinois élèvent plus de canards qu'en France ;

2°) les coquille d'œufs de cane sont plus blanches celles de poule, ce qui donne un effet plus propre ;

3°) les œufs de canard sont plus grands, ce qui facilite le laquage après le collage des fragments de coquille. Et si l'on a mis une mauvaise couleur, nous pouvons l'enlever au moment du ponçage.

Je pose une question : “Si l'on a mis une mauvaise couleur dessus, qu'est-ce qu'on peut faire ?” La professeure répond : “On ponce !”

Au lieu d'utiliser la laque pour coller les les coquilles d'oeuf, on emploie en France la mixtion (du latin *mixtio* = action de mélanger) qui est un liquide siccatif réservé au collage. La professeure apprend à l'élève comment distinguer le bon moment pour coller les feuilles. Le geste d'enduire la mixtion doit être efficace, car elle sèche vite. Il y a une discussion d'orthographe du mot “mixtion” est “mixtion” ou “mixon” parce que ce n'est pas un mot qu'on utilise fréquemment. Enfin Google nous dit que ni l'un ni l'autre.

La France a adopté beaucoup de techniques de feuilles d'or en provenance du Japon car ce pays maîtrise parfaitement la technique du maki-e (l'image semée), un travail avec les feuilles et la poudre d'or. Avec un grand choix de couleurs parmi les feuilles d'or, ce processus

intéressant attire l'attention des amateurs.



Figure 26 : Différentes couleurs de feuilles d'or

Les professeurs montrent les techniques de collage des feuilles (de semer sur l'image). Sur la surface la plus grande, nous utilisons une feuille entière qui est protégée de chaque côté par un papier plié. Une élève tire la feuille et l'appuie avec un pinceau pour la coller sur son tableau, mais la feuille se fronce ; la professeure prend la feuille avec le papier et l'ouvre par un côté, et colle vite la feuille sur la surface à décorer, la tape une fois et souffle sur la feuille. Mais toutes ces actions ne sont pas nécessaires pour poser une feuille. Normalement, nous n'avons pas besoin de la taper, ni de lui souffler dessus. La professeure dit aussi qu'il ne faut pas appuyer avec le pinceau.

Pour remplir une image de taille moyenne, on dessine d'abord la partie qu'on souhaite coller avec la mixture, ensuite on colle la feuille dessus, et enfin on retire le reste de la feuille avec un pinceau et on le remet dans une bouteille pour une utilisation ultérieure.



Figure 27 : une vase décorée avec feuilles d'or (produits semi-finis), photo prise dans l'atelier, 2017

Afin de remplir le tableau avec des poudres d'or, nous utilisons un pinceau qui a des poils en bout pour coller et dessiner les poudres. Une professeure montre à une élève et dessine en tournant des cercles avec le bout de son pinceau.

La laque sculptée est assez peu pratiquée à Paris Ateliers même si c'est une méthode très importante de traiter la laque. En effet, elle nécessite une grande patience : plusieurs dizaines de couches doivent être appliquées, et après chaque couche, il est impératif d'attendre 24 heures de séchage. Dans le cadre de notre cours, les élèves n'avaient pas la possibilité de respecter cette condition, sauf s'ils acceptaient travailler chez eux.

4) Les finitions

J'ai réalisé l'observation à la fin du semestre. Par conséquent, beaucoup d'oeuvres d'élèves sont dans cette étape. Ces finitions sont souvent très fastidieuses, mais elles sont nécessaires pour donner à l'oeuvre un bel état qui brille.

D'abord, il faut poser plusieurs couches de vernis pur, poncer la surface à l'eau, puis à l'eau et au savon après la dernière couche. Une élève n'a pas attendu assez de temps pour sécher la première couche de vernis sur son tableau et commence à poncer. La professeure l'arrête aussitôt : « Il n'est pas sec ! Je t'ai dit qu'il faut attendre combien de temps ? » « Une heure », répond l'élève. « Ca faisait combien de minutes ? » « Quarante minutes... »

La professeure dit qu'en plus, la surface de son tableau n'est pas lisse parce que le vernis n'a pas été étalé uniformément. Donc, il faut encore plus de temps pour le sécher...

Par la suite, il faut prendre du coton à lustrer en mettant le produit (fortement abrasif) sur le coton. La professeure montre les gestes pour frotter, et informe les élèves que plus l'œuvre brille, plus ses défauts apparaissent. Elle explique aussi quand on utilise la laque mate pour les finitions, nous voyons moins de défauts. Cependant ce n'est pas l'esthétique du laque. Ainsi, "il faut pas laisser sécher !" dit la professeure. Cela veut dire qu'il ne faut jamais sécher sur le support laqué.



Figure 28 (gauche) : les abrasifs, photo prise dans l'atelier, 2017



Figure 29 (droite) : une étape de finition : poncer la surface à l'eau, photo prise dans l'atelier, 2017

Ensuite, il faut changer de produits pour les finitions. Une fois que l'œuvre est traitée avec le premier produit, on doit utiliser le deuxième produit qui est plus fin. La professeure signale aussi la condition et le geste du travail : il convient de bien mettre le laque sous la lumière afin de mieux voir l'effet du ponçage. De même, la professeure montre qu'il est plus facile de poncer verticalement que horizontalement sur un grand tableau.

A la fin, on termine en frottant l'œuvre avec un produit très lustrant. Pendant qu'il sèche après les finitions, nous ne devons pas le toucher car le lustrage "réchauffe" l'objet et le fragilise. Une fois que le temps du dernier séchage est fini, l'objet est achevé définitivement..

II.B/ En Chine

Selon l'histoire du laque en Chine, on constate que la transmission de l'apprentissage dépend de beaucoup de facteurs : l'augmentation de l'économie, le changement des politiques, les talents des artisans et artistes connus, l'établissement de manufacture impériale, ainsi que la réforme du système éducatif ...

1) La transmission dans l'histoire

Souvent, une technique se développe vite près de l'endroit où sont disponibles des matériaux abondants. La plupart des objets laqués de la période des Royaumes combattants (475 av. J.C. - 221 av. J.C.) ont été déterrés des tombes de l'Etat Chu (situé dans le bassin du fleuve Yangtsé). Le laqué dans l'État Chu était très prospère, non seulement en raison de son industrie artisanale développée et de son commerce, mais en raison de ses conditions de vie favorables pour les arbres à laque qui fournissaient des ressources naturelles abondantes pour le développement du laque. Avec un arbre à laque, on n'obtient en moyenne que 250 grammes de sève.

Les archéologues ont dévoilé des milliers de tombeaux de Chu dans des endroits tels que les provinces de Hubei, Hunan, Henan, Jiangsu et Zhejiang, où des milliers d'objets de laque ont été déterrés. Les tombes Chu les plus concentrées se trouvent à Jiangling, Hubei. La ville de Jinan dans cette région était la capitale du Chu, d'où les tombes concentrées des nobles et des riches avec des laques exquis qu'ils avaient utilisés avant leur mort. Ce fait montre la liaison étroite entre les laques et la noblesse depuis longtemps.

Pendant la Dynastie Han, les dirigeants ont émis de nombreuses mesures qui ont favorisés le développement économique. L'échelle de fabrication de laque a été élargie à un autre point culminant.

Les techniques ont été soumises à un contrôle nationale de fabrication à cause des problèmes économiques et financiers pendant la Dynastie Tang (618 - 907). Au début de cette Dynastie, les objets Ping Tuo d'or et d'argent, favorisés par la famille impériale et les nobles pour leur

apparence magnifique et leur technique de fabrication exquise, étaient des ustensiles indispensables dans leur vie quotidienne. Au milieu de la Dynastie, en raison de difficultés financières, la Cour impériale a émis des décrets pour interdire les ustensiles qui nécessitaient trop de temps et de main-d'œuvre. Des objets de Ping Tuo d'or et d'argent ne faisaient pas exception. En septembre de la deuxième année de la pPériode de Kaiyuan sous le règne de l'empereur Xuanzong de la Dynastie Tang (714), le dirigeant stipulait: « Ceux qui utilisent des ustensiles ornés d'or et d'argent doivent être fouettés 100 fois ». Au cours de la deuxième année de la période de Zhide sous le règne de l'Empereur Suzong de la Dynastie Tang (757), le tribunal a de nouveau clarifié: "Jade, perle, Ping Tuo, boue d'or et broderie sont interdits". Ces décrets montrent la détermination des tribunaux impériaux à interdire les objets Ping Tuo d'or et d'argent. Sous l'influence, les objets de Ping Tuo ont commencé à diminuer en nombre et ont disparu pendant la Dynastie Song (960-1279).

La fabrication de laque s'est développée plus tard dans la Dynastie Yuan (1279 - 1368) lorsque des lignes de démarcation entre des ateliers étatiques et des ateliers privés ont été clairement dessinées. En particulier, au sud du fleuve Yangtsé, les ateliers de laques privées ont prospéré, faisant de cette région le centre de la fabrication de laque. Pendant ce temps, cette région s'est enrichi de nombreux artisans qualifiés en laques, qui ont poursuivi leur production et leur diffusion. Les techniques de laque ont varié de la laque unicolore à la laque incrustée d'or, la laque incrustée de nacre et la laque sculptée.

Il y avait aussi beaucoup d'artisans qualifiés en laque dans la Dynastie Yuan. Le magasin de laque le plus célèbre a été découvert dans un endroits au sud du fleuveYangtse, où ont travaillé de nombreux artisans tels que ZHANG Cheng, YANG Mao et ZHANG Minde qui ont acquis une réputation nationale pour leurs laques. ZHANG Cheng, originaire de Jiaxing, province Zhejiang, était maître de laque sculptée. Sa technique sculptée a été développée de manière exhaustive, avec un style vigoureux, une sculpture subtile et un large éventail de thèmes. Ses œuvres ont été consacrées au paysage et à la figure et ont surtout des images ouvertes et spacieuses; Ceux qui concerne le thème des fleurs ont été peints avec une laque épaisse, associant ingénieusement des fleurs en pleine floraison avec d'autres en bourgeons.

YANG Mao est également né à Jiaxing, province Zhejiang. Lui et ZHANG Cheng ne sont

pas seulement venus du même endroit mais ont également bénéficié d'une reconnaissance égale dans la laque sculptée. Bien que son choix de thèmes soit semblable à celui de ZHANG Cheng, (dominé par le paysage, la figure et la fleur,) Yang les a réussi à traiter différemment. Par exemple, dans les travaux sur le paysage, YANG Mao s'est concentré sur les vues à proximité, mettant en évidence les activités de différentes figures.

ZHANG Minde était maître de laque sculptée vers la fin de la Dynastie Yuan. Il était considéré comme le successeur de ZHANG Cheng. Son seul chef-d'oeuvre conservé est la boîte ronde laqué rouge avec des motifs floraux collectés dans la Cité interdite de Pékin. Sur la couverture de cette boîte, sont sculptés un pavillon, des figures humaines, des fleurs et des plantes, tandis qu'à l'intérieur, sont inscrits les termes chinois suivants : "Fabriqué par ZHANG Minde" sur un côté.

Parmi les livres anciens existants, il est possible de trouver des documents relatifs à la « laque » et des données historiques les plus antiques comme dans la littérature contemporaine et moderne, en assez grand nombre. De plus, il existe de nombreuses collections d'objets décoratifs en laque ancienne, répartis soit dans des musées publics ou privés, soit chez des particuliers. Ces objets reflètent à la fois le sentiment d'unicité de l'histoire, de l'art et de la société chinoises, en soulignant le grand talent créatif de ses ancêtres.

Nous ferons référence surtout à un livre en deux volumes, dont le titre est "Laque et ornement" (Xiushi lu, chinois simplifié : 髹饰录) écrit par le grand laqueur HUANG Cheng de la Dynastie Ming, et commenté par YANG Ming de la même Dynastie. Ce sont les seuls monographies anciennes sur la laque de Chine qui procèdent selon un enregistrement systématique.

Le contenu du livre est très diversifié : il comprend l'histoire des laques, la description des outils, l'équipements, matériaux de transformation, les divers règlements du travail, la classification des laques, ainsi que les façons de les admirer. Son contenu est toujours étroitement lié à la technologie traditionnelle du laque. Par conséquent, ce livre est le document le plus important pour étudier de manière approfondie la laque traditionnelle chinoise.

Aujourd'hui, grâce à la nouvelle version commentée par WANG Shixiang (chercheur chinois) et publiée dans les années 90, nous pouvons mieux comprendre les points forts de ce livre.

Dans la dix-neuvième année sous le règne de l'Empereur Yongle de la Dynastie Ming (1421), après que l'Empereur ZHU Di a déplacé la capitale à Pékin, le Département des Eunuques Impériaux a fondé Guo Yuan Chang (se référant littéralement à la plante du verger) comme atelier de laque impériale (qui n'existe plus maintenant). En tant que manufacture impériale de laque, Guo Yuan Chang a produit principalement des laques sculptées et des laques colorées qui se caractérisaient par un style impérial, doux et des lignes naturelles distinctes, axées sur le polissage plutôt que sur la sculpture. Les réalisations de la laque Guo Yuan Chang reposaient sur des techniques de laques populaires, car la plupart des artisans venaient de différentes régions. Les descendants de ZHANG Cheng et YANG Mao, les deux grands maîtres des laques Tianqi de la Dynastie Yuan, ont pris en charge la production de laque de Guo Yuan Chang dans les périodes Yongle et Xuande (1403-1435) et ont eu un effet profond sur Guo Yuan Chang avec leurs superbes compétences. Le laqué de l'atelier impérial représente le plus haut niveau de la technique de laque dans la Dynastie Ming (1368-1644). En tant que le fils du grand laqueur ZHANG Cheng, ZHANG Degang qui a acquis une grande renommée comme son père, a été invité par l'Empereur Yongle à Guo Yuan Chang pour connaître les méthodes de fabrication de ses oeuvres.

De nos jours, les recherches sur la laque se concentrent surtout sur les deux aspects : théorique et pratique en cohérence avec la théorie. Les livres et les auteurs suivants sont les plus grands spécialistes : il s'agit de « Laque » de Monsieur QIAO Shiguang, vétéran contemporain chinois du tableau laqué (2000) , « Histoire de l'art du laque de Chine » de Monsieur SHEN Fuwen, (1992), « Laque » de Madame CHANG Bei, (2010). Les auteurs sont souvent à la fois les praticiens et théoriciens.

2) La transmission de nos jours

A présent, les techniques de laque sont transmises surtout dans deux endroits : l'école et la manufacture. Dans les musées, par exemple, la Cité interdite, les recherches de techniques

sont bien organisées pour analyser des anciens laques et créer des nouveaux produits. Le système de conservation du patrimoine immatériel a commencé à prendre forme à partir de 2000 en Chine. Les maîtres inscrits dans la liste nationale ont une subvention de l'Etat, ainsi des responsabilités pour apprendre les techniques aux jeunes et montrer aux peuples que ces patrimoines immatériels peuvent être hérités.

3) Témoin à l'Usine et Manufacture de Laque de Yangzhou

Cet été, j'ai visité l'Usine et la Manufacture de Laque de Yangzhou. La présidente m'a présenté l'histoire et les travaux réalisés localement, et m'a aussi fait visiter le processus de fabrication aussi. C'est le seul endroit où sont fabriqués des laques en série à Yangzhou.

L'atelier de laque de Yangzhou est originaire de la période des Royaumes combattants (475 av. J.C. - 221 av. J.C.), a prospéré dans la Dynastie Han (206 av. J.C. - 220 A.D.) et la Dynastie Tang (618 - 907) et a culminé dans la Dynastie Ming (1368 - 1644) et la Dynastie Qing (1644 - 1911).

Dès les Dynasties Qin et Han (221 av. J.C. - 220 A.D.), les laques colorés et incrustés de Yangzhou ont atteint un très haut niveau d'excellence en matière d'artisanat. Vers les Dynasties Sui et Tang (581 - 907), la laque de Yangzhou est devenue extrêmement exquise. Notamment, dans la Dynastie de Tang, les techniques de la laque de Yangzhou ont même été diffusées au Japon par Jianzhen, un éminent moine de l'époque. Dans la Dynastie Ming et la Dynastie Qing, à part des laques colorées et sculptées, d'autres techniques telles que l'abrasion plate et l'incrustation de nacre, l'incrustation d'os et de pierres précieuses ont également été bien développées, faisant Yangzhou le centre de la production de laque dans toute la Chine.

L'usine a été fondée en 1955, et emploie actuellement plus de 400 personnes : trois maîtres artisans nationaux, 14 maîtres artisans départementaux, 75 techniciens et plus de 300 d'ouvriers. Elle vient d'être déplacée du centre ville vers une nouvelle zone industrielle en périphérie. Les ateliers sont divisés par secteurs d'activités, et chaque ouvrier a sa propre place. Ils travaillent souvent seuls, accompagnés de leur portable, en regardant une émission,

écoutant de la musique ou une émission de radio.



Figure 30 : une ouvrier lave des pièces en pierre en écoutant de la musique, 2017

En termes de revêtement laqué, la laque de Yangzhou est associée à des matériaux multiples, dont le jade, l'agate, le corail, le jaspe, le jade blanc, l'ivoire, le santal rouge, le mica, l'escargot vert, l'or et l'argent.

Le motif décoratif a permis de copier un grand nombre de peintures et calligraphies de célébrités telles que huit artistes excentriques de Yangzhou, ce qui a encore amélioré la valeur artistique des laques de Yangzhou.

L'artisanat de la laque Yangzhou comprend principalement neuf types de techniques, c'est-à-dire Dian Luo (Remplissage des buccins tranchés sur le corps), sculpture en laque, sculpture sur laque et incrustation de jade, gravure de laque, abrasion plate et incrustation de nacre, peinture colorée, incrustation d'os et de pierres, sculpture en nanmu et la peinture au laqué poli.

Dian Luo est une technique avancée sous une protection spéciale de l'Etat. La technique de découpage de laque et d'incrustation de jade se caractérise par des lignes de coupe douces, des couleurs pures, des veines exquises et des motifs vivants. La technique de la peinture colorée

se réfère à l'utilisation de diverses couleurs faites avec de la peinture chinoise, ensuite au dessin de différents thèmes sur la surface laquée, réalisant des couleurs élégantes et des charmes vivants, révélant les caractéristiques des peintures avec une délimitation exacte et des couleurs enrichies.

Une grande variété de produits sont fabriqués dans cette usine, tels que l'écran, le meuble, la table et la chaise, les tabourets, la table de thé, la vaisselle, les outils de fumerie, les fournitures de calligraphie, les fresques décoratives laquées et une série des meubles laqués, produits à l'aide de ces neuf techniques. Ces meubles sont à la fois ornementaux et pratiques . Ils sont non seulement très populaires en Chine, mais aussi vendus dans plus de 60 pays et régions. De nombreux travaux représentatifs tels que l'écran incrusté d'os et de pierre intitulé Pine & Crane et l'écran incrusté de laque et jade appelé Yutang Spring Scenery ont été donnés à des amis étrangers en cadeaux lors d'échanges internationaux. En un mot, par rapport à d'autres genres de laques chinoises, la laque de Yangzhou est gracieuse et délicate par rapport aux méthodes et techniques de production et révèle la grandeur et un air magnifique en termes de formes et de styles.

Vous trouverez le processus des meubles laqués faits de l'usine dans l'annexe.

Conclusion

Les techniques de laque sont transmises principalement par trois voies : manufacture royale, ateliers privés et écoles. Sous l'angle historique de la technique, nous observons que différents matériaux sont utilisés en France et en Chine, les manières d'éduquer par ses paroles et en donnant soi-même l'exemple du maître, les changements de l'environnement extérieur qui pousse ou empêche le développement, la conception du laque selon les découvertes des nouveaux matériaux. etc, tous ces facteurs méritent d'être intégrés dans le processus de patrimonialisation des laques. La laque naturelle, c'est-à-dire d'origine végétale, en tant que matériau, est toujours utilisée dans la société humaine depuis 8000 ans ; les techniques, la forme et les décorations des laques changent selon des endroits et des pays, pour répondre aux différentes demandes à chaque époque ; ce qui n'a pas changé est le coeur du laquage : l'application délicate de couches multiples sur un support - en respectant, chaque fois, le temps et les conditions de séchage appropriés : ce sont les gestes essentiels des "laqueurs".

Le laque ainsi fabriqué, dans cette tradition multi-millénaire, confère à l'objet une solidité et une brillance difficilement accessibles avec d'autres matériaux, ce qui justifie pleinement sa pérennité.

Bibliographie

BOUZIN Claude, « Meuble et artisanat à Paris du XIII^{ème} au XVIII^{ème} » , édit. Amateur Eds, 2003

CASTAREDE Jean, « Luxe et civilisations » , édit. Eyrolles, 2008

CHANG Bei, « Painted ornaments record and East Asian lacquer - FU traditional painted decoration system » , Chinese Edition, China, 2014.6

DU Lili, « L'évolution du mot français <patrimoine> », Patrimoine Culturel, 2015.3, pp.13-18

DAVALLON Jean, « Du patrimoine à la patrimonialisation », Publié sur PRÉAC - Patrimoines et diversité (<http://crdp.ac-paris.fr/preacpatrimoinesetdiversite>), 2013.3

EDWARD Lucie-Smith, « Histoire du mobilier » , édit. THAMES & HUDSON, Collection : l'univers de l'art, 1990, pp. 97-99

ESPERANCE Maurice, CHADENET Sylvie, « Tous les styles: Du Louis XIII à l'Art déco » , édit. Elina Eds, 2014

GUO Xiaoying, « Chinese Lacquerware », Huangshan Shushe Edition, China, 2016

IMPEY Oliver, « Chinoiserie: the impact of Oriental Styles on Western Art and Decoration » , Charles Scribner's Sons, New York, 1976

J. Bleton , S.V. Duy , « Caractérisation physico-chimique de laques de Mongolie du I^{ème} siècle ap. J.- C. » , ARChéoSciENCES, Revue d'Archéométrie, 2005, pp. 69-81

J. Soame, W. Watson, « Arts de la Chine : volume 2 : Or, Argent, Bronzes des époques tardives, Émaux, Laques, Bois, Fribourg », Office Du Livre, 1980, pp.285

JULIEN Marie-Pierre, *Les meubles laqués chinois made in France (thèse)*, Paris, 2002.

JULIEN Marie-Pierre, ROSSELIN Céline, « C'est en laquant qu'on devient laqueur. De l'efficacité du geste à l'action sur soi », Techniques & Culture [En ligne], 40 | 2003, mis en ligne le 18 mai 2006, consulté le 17 novembre 2015. URL : <http://tc.revues.org/1454>

KJELLBERG Pierre, « Le Mobilier français du XVIII^e siècle: dictionnaire des ébénistes et des menuisiers », 1989

Le Hô A.S., Duhamel C. , « Caractérisation, compréhension des mécanismes d'altération et conservation des laques asiatiques: issues de contexte archéologique et muséal » , Actes du

colloque Sciences des matériaux du patrimoine culturel – 2 , 2012.11, Paris, pp.50-56

MAUSS Marcel, « Les techniques du corps » , document produit en version numérique par Jean-Marie Tremblay, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi Dans le cadre de la collection : "Les classiques des sciences sociales", collection développée en collaboration avec la Bibliothèque Paul-Émile-Boulet de l'Université du Québec à Chicoutimi, 1934

MORICE J.-R., « Le réseau <Bienvenue au Château>, en Pays de la Loire : la patrimonialisation des lieux ordinaires », Les nouveaux patrimoines en Pays de la Loire, sous la direction de Morice J.-R, SAUPIN G, Collection « Art & Société », 2013, pp.395-407

NICOLAS Catherine, GAMBRELLE Fabienne, « Secrets d'ateliers : les laques » , édit. SOLAR, 2006

QIAN Kaiyi, « Une étude comparative de développement et de sauvegarde de laque entre la Chine, le Japon, et la Corée pendant la période contemporaine et moderne », Mémoire de Master en Design, Université Normale de Nanjing, Chine, 2014.3, pp.69

REDFIELD Robert, « The Little Commuty and Peasant Society and Culture », The University Of Chicago Press, universallibrary, 1956,pp.184

SASSONE Adriana, « Le mobilier du XVIIIe siècle à l'art déco » , édit.TASCHEN Benedikt, 2000

WANG Hu, HU Ping, (translator), « A short history of laquerware in France », édit. Abramas Harry, Ecole d'Art de Nanjing, Chine, 1991

WANG Yake, « L'application du laque dans l'ameublement moderne » , Mémoire de Master en Art, Université Normale Technique de Jiangxi, 2013, Chine, pp.61

ZHANG Yan, « Histoire de laque à Yangzhou » , édit. Jiangsu Kexue Jishu, 1995

ZHANG Qianyi, « La grande vague d'étude à l'étranger » , édit. Beijing Lianhe, 2016.10

ZHOU Bao Zhong, 1988, « The Protection of Ancient Chinese Lacquerware, in Urushi » , Proceedings of the Urushi Study Group, June 10-27, 1985, Tokyo, The Getty Conservation Institute, p. 71-78. & Masakazu M., Torihama Kaizuka, « An examination of bog sites of the Early Jomon period » , Fukui prefecture, Board of education, 1, 1979,

Glossaire

Chinois	Anglais	Français	Explication
雕漆	Carved lacquer	laque sculptée	on recouvre le support de plusieurs couches de laque de couleurs différentes, puis on creuse pour faire apparaître chaque couleur selon les motifs désirés.
剔红	Red Carved lacquer	laque sculptée en rouge	
填漆	filled-in lacquer	laque remplie de laque colorée	les motifs sont gravés dans une couche de laque d'une première couleur, puis les cavités sont remplies de laque d'une seconde couleur. L'ensemble est poli.
堆漆	lacquer piling	la laque empilage	Un objet particulier puisqu'il est entièrement fait de couches de laque superposées, une spécialité nommée tsuishitsu au japonais.
镶嵌漆器		laque incrusté	
彩绘漆器		laque coloré	
平磨螺钿		l'abrasion plate et l'incrustation de nacre/	
骨石镶嵌		l'incrustation d'os et de pierre	
百宝镶嵌		l'incrustation de trésors	
髹漆		revêtement laqué	
扬州八怪		huit artistes excentriques de Yangzhou	
点螺		Remplissage des buccins tranchés sur le corps	
雕漆嵌玉			
金银平脱		Ping Tuo d'or et d'argent	technique qui implique des objets laqués avec des motifs en feuilles d'or et d'argent
刻,雕刻		graver, tailler	
制胎		la préparation de base	

脱胎		le détachement de base	
戗金漆		laque incrusté d'or	
螺钿镶嵌		la laque burgautée	http://www.universalis.fr/encyclopedie/laque-burgaute/
素色漆器		laque sobre	
金银铜釦		le flambage en metal au bord	
剔彩		laque sculptée en couleurs différentes	
漆器脱胎		Un processus de fabrication de laques sans corps	
夹纻		laque en base de lin (souvent enlever la base après laquer)	
蒔绘		maki-e	semer les poudres d'or ou d'argent de la surface
哑光漆	Flat lacquer	vernir flatting	

Sitographie

Patrimonialiser, <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/patrimonialiser/58702>, consulté 2017.8.5,

De la laque végétale aux laques et vernis modernes, <http://morganti-laques.fr/de-la-laque-vegetale-aux-laques-et-verniss-modernes/>, consulté 2017.8.15,

STOCKER Eric, Tv4k, <https://v.qq.com/x/page/u0392638zmf.html>, 2017/4/12, consulté 2017.8.12

Table des illustrations

Figure 1 : un secrétaire italien au Château d'Ussé, XVIème siècle	5
Figure 2 : un carrosse au Château de Chambord, XIXème siècle	5
Figure 3 : un paravent présenté sur un mur au Château de Fontainebleau, XVIIIème siècle	6
Figure 4 : arc en bois laqué ¹⁷ (photo en noir et blanc), auteur ZHANG Yan, daté d'il y a 8000 ans.	14
Figure 5 : bol laqué, Musée de Hemudu, Hangzhou, Province Zhejiang, Chine, époque néolithique	15
Figure 6 : bol en bois laqué, période du Printemps et de l'Automne (770 av. J.C. - 476 av. J.C.)	16
Figure 7 : bol laqué avec deux anses, période des Royaumes combattants (475 av. J.C. - 221 av. J.C.), déterré de Jingzhou, Province de l'Hubei.	17
Figure 8 : encrier chinois laqué avec couvercle, dynastie Han (206 av. J.C. - 220 apr. J.-C.)	18
Figure 9 : miroir de bronze, Ping Tuo d'or et d'argent, dynastie Tang (618 - 907)	18
Figure 10 : plateau de laque sculptée en rouge, dynastie Yuan (1279 - 1368)	19
Figure 11 : boîte en laque sculptée avec des couleurs différentes, dynastie Qing (1644 - 1911)	20
Figure 12 : peinture à la laque, auteur : QIAO Shiguang (1937 -)	21
Figure 13 : Le Tamamushi no zushi (玉虫厨子), milieu du VIIème siècle	23
Figure 14 : boîte laquée maki-e (l'image semée), Époque d'Edo (XVIIème– XIXème siècles)	24
Figure 15 : un peigne et des baguettes de maki-e (l'image semée), du XXIème siècle	24
Figure 16 : Commode avec panneaux laqués et Vernis Martin, époque Louis XV	26
Figure 17 : des pigments d'atelier, photo prise dans l'atelier, 2017	37
Figure 18 (gauche) : les tableaux faits à l'atelier qui sont en train de sécher, photo prise dans l'atelier, 2017	37
Figure 19 (droite) : une tableau faits à l'atelier, photo prise dans l'atelier, 2017	37
Figure 20 (gauche) : paravent style Louis XV en vernis Martin, de Majorelle	39

¹⁷ CHANG Bei, édit. Renmin Meishu, « Painted ornaments record and East Asian lacquer - FU traditional painted decoration system », Chinese Edition, 2014.6

Figure 21 (droite) : paravent à six feuilles en laque. Chine, XVIIIème siècle, photo par Artprice	39
Figure 22 : une élève choisit le tableau de Hokusai à copier, photo prise dans l'atelier, 2017	39
Figure 23 : une élève travaille sur les coquilles d'oeuf, photo prise dans l'atelier, 2017	40
Figure 24 (gauche) : l'effet des coquilles d'oeuf	41
Figure 25 (droite) : l'effet des coquilles d'oeuf par une élève d'atelier, photo prise dans l'atelier	41
Figure 26 : Différentes couleurs de feuilles d'or	42
Figure 27 : une vase décorée avec feuilles d'or (produits semi-finis), photo prise dans l'atelier, 2017	43
Figure 28 (gauche) : les abrasifs, photo prise dans l'atelier, 2017	44
Figure 29 (droite) : une étape de finition : poncer la surface à l'eau, photo prise dans l'atelier, 2017	44
Figure 30 : une ouvrier lave des pièces en pierre en écoutant de la musique, 2017	50

Table des tableaux

Tableau 1 : La diffusion de laque chinois, auteur : Tiantian YIN	25
--	----

Annexe

Album photo

La fabrication des laque à l'Usine et Manufacture de Laque de Yangzhou, photos prises en 2017 par Tiantian YIN



Figure 31 (gauche) : la laque végétale



Figure 32 (droite) : préparation à laquer



Figure 33 (gauche) : découpage des bois



Figure 34 (droite) : dessiner sur un meuble laqué



Figure 35 (gauche) : découpage des pierres et des jades



Figure 36 (droite) : polissage des pierres et des jades



Figure 37 (gauche) : calquer le dessin

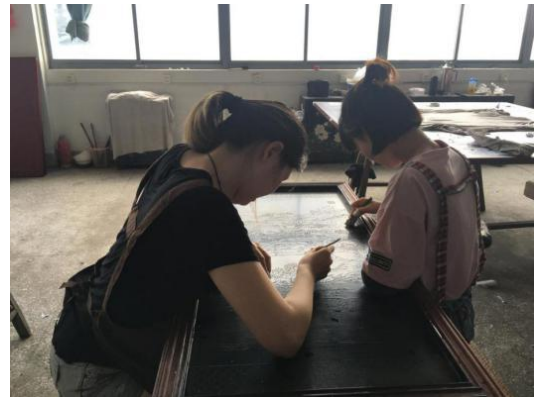


Figure 38 (droite) : ciseler le dessin



Figure 39 (gauche) : dessiner sur la laque

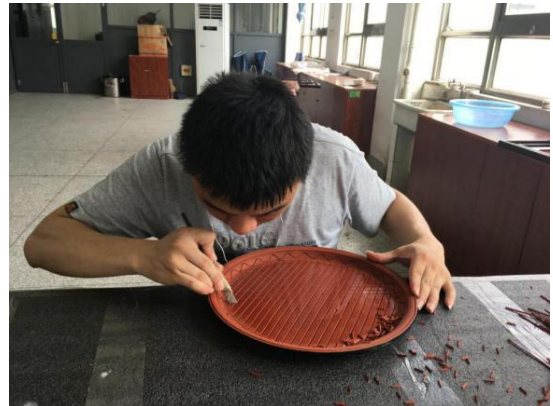


Figure 40 (droite) : laque sculptée

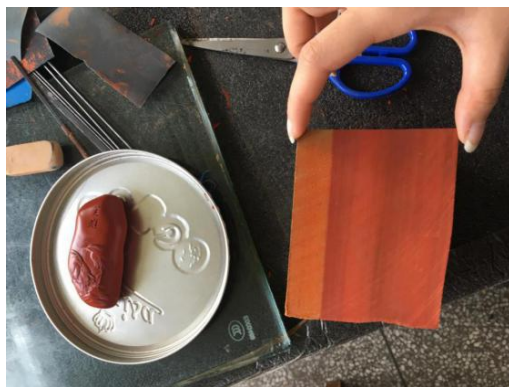


Figure 41 (gauche) : l'oeuvre et la base (un bloc de laque)



Figure 42 (droite) : ponçage de laque

Chapitre II : Rapport de travail professionnel

Chargé de mission du marché chinois au Château de Fontainebleau

Point de départ

L'approche pratique est une étape nécessaire et fondamentale dans l'apprentissage d'un métier et semble indissociable de la théorie. Au cours du stage et du travail, nous prenons connaissance des différents points entre les bases universitaires et les pratiques professionnelles, en passant de la théorie à la réalité. Comme étudiante, j'ai réalisé des études plutôt dans le domaine de tourisme et je m'intéresse à la culture et au patrimoine. Mais, je suis guère motivée pour travailler dans un office du tourisme. J'ai cherché surtout dans trois types d'établissement: l'établissement public du patrimoine (par exemple l'Institut National du Patrimoine), l'entreprise de fondation pour les patrimoines, et enfin les sites touristiques. Un travail dans les deux premiers, impose une bonne maîtrise de la langue française. Cependant, dans le troisième type d'organisation, je peux mieux profiter de mes compétences linguistiques, notamment dans les sites touristiques qui veulent attirer plus de visiteurs chinois.

Quels sites touristiques cherchent des stagiaires étrangers ? Ce sont forcément des sites internationaux. D'abord, je me suis postulé à des plus grands établissements patrimoniaux et culturels: le Musée du Louvre, Le Musée d'Orsay, le Château de Fontainebleau, le château de Chambord et le château de Versailles. Puis, comme les sites repertoriés dans la liste de l'UNESCO ont souvent une bonne réputation internationale, j'ai consulté aussi cette liste. Dans mon projet, j'avais l'intention de postuler auprès de tous., mais heureusement je n'ai pas beaucoup attendu.

Après avoir commencé par les sites donc le nom commençaient par "B", j'ai reçu une réponse favorable du responsable de Service des Publics au Château de Fontainebleau.

Ce château a reçu 22% de touristes chinois parmi tous ses visiteurs étrangers en 2014. Ensuite le pourcentage a atteint 32% en 2015. Vu l'importance de ce marché, le travail d'une personne qui connaissait bien les chinois, devenait utile pour le château. Mon travail peut être divisé en deux étapes : l'enquête et puis le développement. Au début, j'ai fait plutôt des enquêtes pour mieux connaître le marché en tant que stagiaire ; ensuite, j'ai été sollicité pour participer au développement du château.

Dans ce rapport, je vous présente les contenus, les différences entre l'espérance et la réalité de mon travail et tous les noms sont des pseudonymes.

I. Présentation de travail

I.A/ Présentation du Château de Fontainebleau

1) La fréquentation et la catégorie de clientèle

Depuis la création de l'établissement public au Château de Fontainebleau en 2009, le nombre de visiteurs accueilli a franchi les 500 000 en 2014. A cause des attentats et de la situation sécuritaire, ce nombre s'est abaissé à 466 218 en 2016.

Ce château est à la fois un site touristique et un lieu éducatif pour apprendre l'histoire et la culture de la France. La moitié des billets d'entrée vendus sont des billets gratuits pour des manifestations, des enseignants et des scolarités. Les billets payants sont principalement achetés par les groupes venus pour des conférences, les groupes libres hors scolarités et les individus payants.

La clientèle française est surtout francilienne (environ 60%). Comme le château a une réputation mondiale et fait partie de la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, il accueille beaucoup de visiteurs étrangers. Ces derniers représentent environ 50% de tous les visiteurs. Parmi ceux-ci, ce sont des américains, des russes, des anglais et des asiatiques. Il y a quelques

années était les japonais ont plus accueillis, mais maintenant ce sont des chinois. Le château a reçu 22% de touristes chinois parmi tous les touristes étrangers en 2014. Ce pourcentage atteignait à 32% en 2015, et 32,7% en 2016.

2) L'organigramme du château

Dans le château, il y a trois divisions principales : le service de la communication et du développement, le patrimoine et les collections, et l'administration. Cette dernière est subdivisée en deux parties : la première est la direction administrative et financière ; la deuxième regroupe les autres services du château, notamment les services des publics, des travaux de maintenance, des jardins et des affaires générales. Il y a trois sous-parties dans le service des publics : les départements de l'action pédagogique, de l'action culturelle, et des réservations.

3) La situation actuelle et l'histoire du château

Le Château de Fontainebleau se situe dans le département de Seine-et-Marne (77), jouxtant le centre-ville de Fontainebleau, à une soixantaine de kilomètres au sud-est de Paris. La longue histoire du château remonte au XIIème siècle.

Il e a été une demeure de souverain depuis François Ier jusqu'au Napoléon III. Entouré d'un vaste parc et voisin de la forêt de Fontainebleau, le château se compose d'éléments de styles médiévaux, Renaissance, et classiques. Il témoigne de la rencontre entre l'art italien et la tradition française, exprimés tant dans son architecture que dans ses décors intérieurs.

Le château est aussi un musée. Il conserve non seulement les pièces d'habitation de l'une ou l'autre époque, mais il montre aussi des acquisitions depuis des centaines d'années. A titre d'exemples, le Musée de Napoléon. Le château fait l'objet d'un classement au titre des monuments historiques par la liste de 1862, classement complété par plusieurs arrêtés pris en 1913, 1930, 2008 et 2009. Par ailleurs, depuis 1981, le château fait partie avec son parc et jardins du patrimoine mondial de l'UNESCO.

I.B/ Analyse d'environnement

La France est le pays le plus visité du monde, donc il y a beaucoup de concurrences entre les sites. Je fais une analyse concurrentielle du château pour le marché chinois en employant la méthode de SWOT.

Forces : Historiquement, le Château de Fontainebleau a une très bonne réputation en Chine. Le nom « fontainebleau » est traduit en chinois par un écrivain connu comme « érable rouge et blanche rosée » qui donne une très jolie image poétique. En effet, les chinois ne connaissent pas le château, mais beaucoup de gens pensent qu'il devrait être très joli et très romantique grâce à la traduction de son nom qu'on lui a donné en Chine.

Faiblesses : Le transport est un vrai problème pour les touristes qui ne viennent pas en groupe. En effet, il n'existe pas de transport direct de Paris au château, mais à partir de la gare de Fontainebleau, à raison de 15 minutes en autobus ou en taxi. La complexité de ce transport final est dissuasif pour les touristes indépendants, ce qui peut laisser une mauvaise image sur la logistique. Le déplacement de Paris par autocar directement au château est relativement coûteux.

Opportunités : Avec le développement de l'économie et de la société, les chinois visitent de plus en plus l'Europe au moment de leurs vacances. La France est parmi les trois pays à visiter au " prochain voyage " des chinois.

Menaces : La concurrence d'autres châteaux et musées plus connus et plus accessibles comme le château de Versailles, le château de Chambord, le Musée de Louvre et le Musée d'Orsay.

I.C/ Missions et enjeux

Au cours de mon travail, la direction du château m'a confié plusieurs missions. Elles peuvent être divisées principalement en deux parties : l'enquête auprès des chinois et développement du marché chinois. Les enjeux sont de faire mieux connaître le château sous l'angle souhaitable du public chinois, de promouvoir le château et d'améliorer le confort de sa visite par les visiteurs chinois.

Pendant certains événements comme les festivals, j'ai participé également aux autres activités même ils ne concernent pas forcément le marché chinois, car ce sont souvent les moments où l'organisateur a besoin de plus de main d'œuvre. En 2016, pour la reconstitution au sujet de Louis XV, qui avait lieu le 8 et 9 avril, j'ai été chargée de la musique ; pour le Festival de l'Histoire et de l'Art, pendant le 3 et 5 juin, j'ai accueilli des publics au kiosque et géré le flux. En 2017, j'ai aussi travaillé pendant la reconstitution de l'époque de Napoléon. Le but était de garantir le bon déroulement de ces événements.

Dans les parties suivantes, je vous présente le contenu de mes missions avec ses buts. Dans la prochaine section, j'analyse la réalisation de mon travail de stagiaire.

1) Enquête de public : les avis sur les sites chinois et l'enquête du terrain

Le château organise souvent des enquêtes à différents niveaux pour connaître la situation actuelle. En 2015, une enquête adressée aux touristes japonais a été réalisée par une stagiaire; au début de 2016, une étude de positionnement a été sous-traitée par une entreprise; au mois d'avril, une enquête des visiteurs de l'île de France était présentée par des spécialistes de CRT Paris...

J'ai recueilli les avis de visiteurs chinois sur les sites internet chinois concernant leur voyage et leur visite du château, que j'ai analysés. Vous trouverez l'analyse dans le secteur suivant et les rapports complets dans l'annexe xxx. Dans l'enquête de terrain, j'ai rédigé deux questionnaires: l'un sur la connaissance de Napoléon et l'autre sur la façon d'accéder au château par les visiteurs chinois. Parce que je fait rarement des enquêtes sur une personne connue, donc j'ai cherché des articles scientifiques sur la cognition des humains. En consultant le responsable d'action pédagogique, j'ai ajouté une question d'image : "selon vous, quelle image s'accorde avec Napoléon ?" Ces visuels donnent une l'impression vivante de ce questionnaire.

2) Démarchage direct

Je dois garder la relation avec des professionnels touristiques comme les directeurs des tour-opérateurs et les guides qui sont déjà visités le château, et essayer de prendre contact

avec d'autres professionnels pour promouvoir le château et vendre des billets. Je suis partie en Chine en périodes estivales de 2016 et de 2017 pour rencontrer des agences et des tour-opérateurs chinois. Au début de 2017, j'ai visité les agences de voyage à Paris avec un collègue pour présenter les nouveaux produits du château.

3) Référence de Baidu et médiation

Baidu a un différent système de référencement que Google. Au début, j'ai listé tous les sites sur les six premiers pages du mot clé "Château de Fontainebleau" dans Baidu. Etant donné que notre site était en 4ème page et en français, j'ai essayé d'améliorer sa visibilité. Au niveau de médiation, j'ai donné mes propositions de visioguide, et aussi traduit les panneaux d'explication pour l'exposition de 2016 : « Dans les rêves de Napoléon ». A partir de juin 2016, le Musée de Napoléon était fermé pour une rénovation totale. Je ne traduirai pas fidèlement mais adapterai les nouveaux panneaux pour ce musée afin d'améliorer l'impression des visiteurs chinois.

4) Marketing et communication

J'ai organisé un concours de photos sur les réseaux sociaux chinois pour créer le buzz en été de 2016. Le château a une agence parisienne de sous-traitance qui travaille pour gérer la communication dans les réseaux sociaux chinois depuis 2015. La coopération entre l'agence et moi n'a pas été agréable bien que je manifestais beaucoup d'enthousiasme de travailler avec elle pour augmenter la réputation du château sur Internet. L'agence a nié l'effet exceptionnel de ce concours de photos que j'avais organisé. Je l'ai su par hasard 5 mois plus tard...

5) Mécénat

Avec l'expansion d'entreprises chinoises à l'étranger, nous connaissions que certaines d'entre elles cherchaient des opportunités de mécénat en France. J'avais jamais pensé que le contenu de mon cours "Mécénat et Parrainage" pourrait être utile dans ce cas ! Le projet est en train de se mettre en œuvre (un peu court pour le lecteur !)

6) Accompagnement de la visite

J'ai eu l'occasion d'accompagner aussi des personnes importantes pour la visite du château, en particulier des bloggeurs chinois, des membres d'agences de voyages et de tour-opérateurs, des spécialistes d'histoire et d'art, des délégués chinois... Il était nécessaire non seulement de bien présenter le château selon les caractéristiques des visiteurs, mais aussi de bien suivre les affaires après la visite.

7) Réservation et organisation des visites et des activités

Afin de récupérer plus de données concernant des groupes chinois et faciliter la communication entre le château et les clients chinois, nous avons conseillé de m'informer sur la situation de chaque groupe avant sa visite avec moi. Je restais à leur disposition aussi pour toutes les questions de visite, d'organisation de visite et d'autre activité du château. Par exemple, une journée de voyage d'étude ou d'affaires, le canotage, les repas, l'escrime, le bal... Cela est le travail le plus lourd, parce qu'il faut contacter répéter aux différents personnes, et je rencontre souvent des demandes exigeantes.

Après les visites, je profite de poser des questions sur le niveau de satisfaction pour recueillir l'avis des visiteurs.

I.D/ Réalisation du travail

1) Enquête de public : les avis sur les sites chinois et l'enquête du terrain

Pour connaître les avis en ligne, j'ai choisi les sites les plus consultés à analyser. Je vous présenterai un de ces site qui est www.qyer.com (穷游, Qiongyou, « voyage économique »).

Ce site est l'un des plus utilisés quand les chinois organisent leur voyage eux-mêmes. C'est comme un forum où les gens peuvent communiquer leurs expériences de voyage. Maintenant, des circuits et des excursions sont vendus sur ce site aussi. Mon analyse est basée sur des statistiques du 26 mars 2012 au 23 mars 2016.

Sur ce site, il y a 9 pages différentes sur le musée et le domaine du Château de Fontainebleau :

Nom de page	Nombre d'avis	Nombre d'avis du chaque niveau				
		5 étoiles	4 étoiles	3 étoiles	2 étoiles	1 étoile
Château de Fontainebleau	137	74	54	7	2	0
Les jardins	45	23	17	5	0	0
Cour du Cheval Blanc	26	15	8	3	0	0
Salle de Bal	19	6	11	2	0	0
Musée Napoléon I	13	3	9	1	0	0
Petits Appartements	7	2	5	0	0	0
Musée Napoléonien d'Art et d'Histoire Militaire	6	2	4	0	0	0
Cour Ovale	6	1	4	1	0	0
Chapelle de la Trinité	5	2	3	0	0	0
Total	264	128	115	19	2	0
Note moyenne	4,4					

Tableau 1: Nombre d'avis sur Qiongyou du 26 mars 2012 au 23 mars 2016

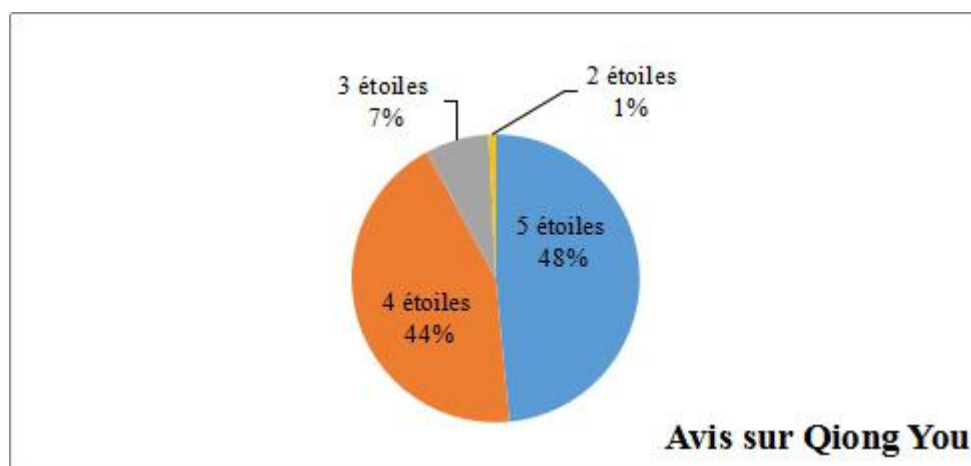


Tableau 2 : la repartition d'avis sur Qiongyou du 26 mars 2012 au 23 mars 2016

J'ai pu lire beaucoup de commentaires intéressants.

Par exemples, dans les avis de 4 et 5 étoiles, les gens expriment leur émotion ("libre et à l'aise", "colère et humiliation dans le Musée Chinois"), image de l'émotion ("tranquille" 7 fois, "raffiné" 5 fois, "ressemble au château de Versailles" 3 fois, "joli transcription" 3 fois, "grand" 2 fois, "simple mais élégant" 2 fois, "splendide" 2 fois, "charmant"), connaissance et équipement ("Napoléon" 6 fois, "salon de l'abdication" 2 fois; "demeure de Napoléon" 3 fois, "demeure royale" 5 fois, "dans la liste de l'UNESCO" 2 fois, "joli jardin" 2 fois, "longue histoire", "Ecole de Fontainebleau", "architecture gothique", "collection de Yuan Ming Yuan", "décor", "exposition permanent", "escalier", "pleins de chambres", "bibliothèque", "cygnes"), service ("éducatif avec audioguide", "alentours", "sport", "la ville de Fontainebleau", "forêt", "restaurant japonais à côté"), mais aussi les points négatifs ("comparer avec château de Versailles, il est moins splendide" 10 fois, "plus petit" 2 fois, "mal restauré", "n'est pas bien conserve", "moins connu", "moins spécifique"; "par apport au transport, il est loin de Paris" 5 fois, "compliqué" 4 fois.

Sur d'autres aspects, les visiteurs ont évoqué aussi que le Musée chinois était fermé et le vol du Musée chinois qui a lieu début 2015. Par contre, celui qui a eu lieu dans le château a élevé son niveau de connaissance parmi des chinois.

Certains visiteurs ont fait des propositions aux autres visiteurs aussi: "si vous avez déjà visité château de Versailles, ce n'est pas nécessaire d'aller au Château de Fontainebleau" 8 fois, "il faut rester plus longtemps pour la visite" 7 fois, "il est mieux d'utiliser Paris Pass" 2 fois.

J'ai réalisé aussi la même analyse sur d'autres sites comme Mafeng Wo et Ctrip.

Au niveau d'enquête du terrain, je dois réaliser 50 questionnaires sur Napoléon, et 200 pour l'autre enquête générale, notamment sur la connaissance, la préférence, le niveau de satisfaction... des touristes chinois (voir Annexes). Il n'est pas facile de travailler toute seule pour 250 questionnaires, vu que les deux questionnaires sont en recto verso. Du lundi au vendredi, je peux faire environ 10 pendant l'après-midi ; un peu plus pendant le week end.

Selon le résultat du questionnaire sur Napoléon, on trouve que ce petit connu n'est pas la motivation principale des chinois pour visiter le château. Pour la question "Avant la visite, qu'est-ce que vous attendez des objets et de la connaissance de Napoléon ?", 15 visiteurs sur

42 ont répondu, et les réponses sont très variées à cette question ouverte, principalement autour de trois sujets :

1. Objets et vie personnels: son journal intime, lettres et collections, armes, vêtements militaires de Napoléon , chapeau, épée, chambre à coucher, y compris sa taille : « combien mesure-t-il ? »

2. Histoire et caractères : La comparaison de Napoléon et Xiang Yu (un chef militaire de la fin de la dynastie Qin il y a 2200 ans), l'explication du tableau : « Le sacre », pourquoi a-t'il choisi de vivre dans ce château, talent militaire, réalisation politique, biographie, comment a-t'il convaincu des pays d'Europe, son histoire d'agression

3. Motivation de la visite :Je ne suis pas venu pour Napoléon : Je suis venu pour l'architecture et des parcs, mais pas pour Napoléon, j'attends rien, je ne sais pas qu'est-ce qu'il existe.

2) Démarchage direct

J'ai envoyé des emails avec notre brochure de groupe et des flyers, et demandé le niveau de satisfaction et des propositions pour améliorer notre service. L'été 2016, je suis entrée en Chine pour prendre contact avec des plus grandes agences chinoises. Cet été, j'ai développé un projet international avec l'un des OTA le plus grand en Chine.

En parlant la langue chinoise, les objectifs de travail et les raisons réelles sont plus facile à connaître.

3) Référence de Baidu et médiation

J'ai mis à jour le site chinois et proposé de changer le nom du château en chinois pour améliorer son référencement. Neuf mois après (à partir de mai 2017), notre site officiel apparaît en premier sur Baidu qui est le moteur de recherche chinois le plus utilisé, au lieu d'être sur le 5ème page en 2016.

Au niveau de médiation, j'ai trouvé que la vitesse d'élocution du visioguide en chinois est trop lente. De même, certaines indication ne sont pas très claires de temps en temps. Mais généralement et en comparaison avec l'audioguide/visioguide des autres châteaux ou musées, celui de Fontainebleau est déjà très bien: les visiteurs peuvent choisir 12 langues y comprise

le chinois, la prononciation est très bonne, le contenu est riche, l'explication est précise...

4) Marketing et communication

J'ai contacté les médias chinois les plus grands en France pour un devis de publicité. J'ai lancé un concours de photos sur les réseaux sociaux chinois avec deux partenaires: le Figaro et une grande agence de voyages chinoise, écrit des articles de publication, fait une vidéo du château. L'étape clé est la vote pour "la meilleure photo" des internautes. Ce concours est une façon d'augmenter la visibilité du château sur Wechat. Enfin, il y avait environ 1300 personnes qui ont participé au vote, le nombre de la lecture de cet article multipliait d'autres articles écrits par l'agence de sous-traitance. Mais l'agence l'a caché et disait aux responsables "le concours de photos n'a pas fonctionné"...

J'ai rédigé aussi des newsletters en utilisant les logiciels de Microsoft comme Word et Publisher pour la mise en page. J'ai perfectionné les présentation sur Baidupédia et sur notre site officiel en chinois. A part mon travail sur les sites d'extérieurs, j'ai travaillé aussi pour notre site officiel. (Voir notre site) Les liens de Weibo et WeChat sont mise en ligne, l'actualité sur le château paraît en page d'accueil aussi.

5) Mécénat : le projet est en train de sedérouler. Beaucoup plus de préparation est encore nécessaire pour ce projet international.

6) Acommapagnement de la visite

Passionnée de découvrir les pratiques des touristes à l'étranger, je souhaite m'engager un peu à l'accompagnement et au guidage. Je présente différemment selon le caractère des clients, et essaie d'observer leur réaction. Presque chaque fois, les gens que j'ai accompagnés étaient satisfaits. Nous nous somme rejoints ensuite sur WeChat. Cela montre bien le comportement des chinois d'aujourd'hui.

A partir de février 2017, j'ai commencé mes études de trois unités avec les étudiants de la promotion "guide-conférencier" au CNAM. Selon "l'Arrêt du 9 novembre 2011 susmentionné", la carte Guide-conférencier est délivrée aux diplômés du Master 2 qui ont

validé 3 unités d'enseignement : "Compétences des guides-conférenciers", une unité d'enseignement "Mise en situation et pratique professionnelle" et une unité d'enseignement "Langue vivante autre que le français". Cette démarche a débuté lorsque j'ai commencé mon travail d'accompagner les visiteurs au Château de Fontainebleau, et je voudrais leur rendre un service plus professionnel.

7) Réservation, organisation des visites et des activités

Après avoir recueilli les informations sur des groupes, je les transfère à mes collègues. Ce travail est simple. Par contre, répondre aux demandes d'événements particuliers n'est pas la même chose. J'ai eu plusieurs demandes d'organiser une journée/visite/circuit dans le château avec d'autres partenaires, par exemple les prestataires de restauration, de son et lumière, de feux d'artifice, d'agence événementielle... Mais ces projets n'ont souvent pas abouti parce que les clients sont toujours exigeants et difficiles : ils cherchent à diminuer le coût, à augmenter leur part de commission... ce qui est difficile voire impossible de la part des services du Château de Fontainebleau.

II. Bilan critique

II.A/ Confrontation entre les attentes et le déroulement

La plupart du temps, le déroulement a répondu aux attentes. Les différences entre l'espérance et le résultat dépendent principalement des aspects suivants : la coopération avec l'agence de sous-traitance ; la possibilité et la capacité d'organiser des événements et la demande des clients.

II.B/ Difficultés rencontrées et moyens mis en œuvre pour les résoudre

Cela est mon premier stage et travail en France. Au début, je connaissais presque rien sur le

château et le mode de fonctionnement d'un établissement public français : l'histoire du château, les procédures, le processus de déroulement d'un projet, la technique rédactionnelle, la coopération avec les collaborateurs... Donc j'ai participé aux visites guidés, posé des questions à mes collègues et consulté mon chef. En 2 deux mois, j'ai bien progressé. Le problème qui m'a paru le plus difficile à gérer, a été de coopérer avec les prestataires extérieurs et le personnel interne, surtout en situations de conflit.

Nos réseaux sociaux sont géré par une autre agence. Elle publie 5 postes pour une semaines sur Weibo, et un article par semaine sur WeChat. Imaginant dans la tête un très bon niveau de développement sur réseaux sociaux chinois, mes amis et moi avons été surpris d'observer que le nombre d'abonnés était faible : 90 sur Weibo (6 mois après la création du compte).

Passionnée d'améliorer la situation, j'ai bien proposé pendant la première réunion avec mon chef, le responsable de communication et la personne chargée de nos réseaux sociaux.

Mais j'étais très déçue de trouver cette personne n'a pas voulu travailler avec moi.

Dans cette situation, j'ai compris que j'étais qu'une stagiaire et que son entreprise espérait travailler longtemps avec le château. Si elle change beaucoup sa façon de travailler, ce sera compliqué pour les travaux suivants parce qu'elle ne pourra pas y consacrer plus de temps et de main d'oeuvre. Par conséquent, pour elle, la meilleure solution était de garder son mode de travail, et de développer très doucement nos réseaux sociaux en déclarant chaque fois "de bonnes nouvelles" ou "un grand succès". Cependant, je voulais une grande progression cette fois, ce qui ne pouvait éviter des conflits.

Ils sont arrivé quand je planifiais le concours de photos. Selon moi, la meilleur façon d'attirer plus d'abonnés était de lancer des activités et des événements régulièrement. Vu que les chinois adorent prendre des photos et que c'est simple de participer, lancer un concours de photos était une bonne idée. Mes chefs ont validé mon projet.

Première opposition de cette entreprise est la façon d'organiser le concours. Elle a proposé un jeu d'énigmes comme la fois dernière où cela a eu un "bon taux d'engagement". En fait, conformément au type de notre compte WeChat, il a un meilleur taux d'engagement par apport à l'autre type de compte. L'agence a confondu les conception. J'ai tourné à voir le résultat de

ce jeu elle a organisé : chercher il y a combien de singes dans cette tableau. Il est un jeu qui a eu même beaucoup moins de lectures que les articles normaux. Evidemment, cela n'est pas une bonne idée de refaire. Mais je comprends leur proposition, un jeu comme ça est très facile à organiser.

Avec le support de mes chefs, j'ai lancé mon projet. J'ai fait tout, toute seule: la planification, des articles, la vidéo... Mais j'ai trouvé deux partenaires, le Figaro et une grande agence de voyage. La responsable de Figaro est devenue mon amie car elle est très gentille, donc tout s'est bien passé avec elle. Par contre, la responsable de cette agence était toujours bien occupée et ne travaillait pas beaucoup sur notre concours. Elle a annulé une partie directement sans nous prévenir, et a diminué une des deux pistes de communication. J'ai négocié avec elle et essayé de faire plus de choses.

Malgré toutes les difficultés, le concours de photo a eu un succès. Dans l'étape clé, le vote pour "la meilleure photo" des internautes, plus de 1300 de personnes ont voté et lu cet article sur Wechat. Le nombre de lectures de cet article multipliait d'autres articles écrits par l'agence de sous-traitance. Mais l'agence l'a caché et disait aux responsables "le concours de photo n'a pas fonctionné", ce qui m'a été transmis par mes collègues par hasard 5 mois plus tard...

Dans le champ de travail, le profil est toujours a priori. Comment équilibrer les profils de tous les gens, c'est un sujet éternel. Mais j'ai quand même de la chance. Mon chef est très gentil, il me dirige mais aussi me protège, donc j'ai toujours le courage et la motivation de bien travailler.

II.C/ Compétences mobilisées, compétences acquises, et restant à acquérir

Pendant ce travail, j'ai beaucoup progressé dans ma capacité de rédiger en français; ma compétence linguistique s'est bien améliorée. Pendant le Festival de l'Histoire et de l'Art, j'ai travaillé dans le kiosque qui était au milieu de Cour d'honneur pour accueillir les visiteurs et répondre à leur question.

Maintenant, je connais le fonctionnement d'un site touristique et public, les acteurs concernés, et comment travailler avec un tiers.

J'ai acquis beaucoup de savoir-faire et savoir-être: travail en groupe, autonomie et gestion de plusieurs tâches en même temps, gestion de la promotion commerciale, capacité à collecter et analyser les informations professionnelles, écriture d'articles professionnels, expression orale, écriture et communication, organisation et exécution de tâches diverses...

En participant aux événements, j'ai augmenté ma compétence organisationnelle.

Et quand j'organise un concours toute seule, je trouve que j'ai toujours besoin d'améliorer ma compétence de gestion de projet.

Travailler dans un château qui a plus de 800 ans de l'histoire, c'est une occasion parfaite pour apprendre l'histoire de l'art. Mes connaissances ne sont jamais suffisantes !

Conclusion

Mon stage s'est bien passé, j'ai bénéficié d'une prolongation d'un mois et puis j'ai changé mon statut pour devenir auto-entrepreneur pour continuer à travailler au château.

Des conservateurs et des spécialistes du château vont m'aider de la réalisation de mon mémoire sur la laque aussi. Le Salon du Laque va m'apporter une occasion rare de toucher des vrais objets de l'époque.

J'aimerais poursuivre les échanges entre la France et la Chine dans les domaines de la culture, du patrimoine et du tourisme. Cette expérience va me permettre de mieux connaître la manière de travailler avec des français, ce qui devrait beaucoup aider pour mon travail à l'avenir.

Bibliographie

Château de Fontainebleau, 2014, Rapport d'activite 2014

Château de Fontainebleau, 2016, Rapport d'activite 2016

Sitographie

Château de Fontainebleau, 2017.8.12, <http://www.chateaudefontainebleau.fr>

Château de Fontainebleau, 2017.8.10, <http://www.wikipedia/chateaudefontainebleau.fr>

Table des tableaux

Tableau 1: Nombre d'avis sur Qiongyou du 26 mars 2012 au 23 mars 2016 68

Tableau 2 : la repartition d'avis sur Qiong You du 26 mars 2012 au 23 mars 2016 68

Annexe

A/ Analyses sur les sites de voyage

1) Analyse sur le site Qiong You

Introduction du site

www.qyer.com (穷游, « voyage économique »)

C'est un des sites le plus utilisé quand les chinois organisent le voyage soi-même. Il est comme un BBS où les gens peuvent communiquer ses expériences de voyage. Maintenant il y a des circuits et des excursions vendus sur ce site aussi.

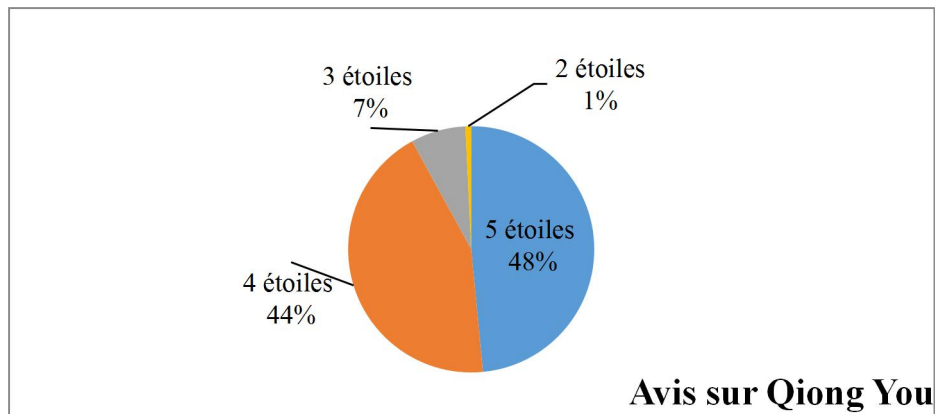
Nombre d'avis et des notes

Cette analyse en base des statistiques du 26 mars 2012 au 23 mars 2016.

Sur ce site, il y a 9 pages différentes sur le musée et le domaine du Château de Fontainebleau :

Nom de page	Nombre d'avis	Nb d'avis du chaque niveau				
		5 étoiles	4 étoiles	3 étoiles	2 étoiles	1 étoile
Château de Fontainebleau	137	74	54	7	2	0
Les jardins	45	23	17	5	0	0

Cour du Cheval Blanc	26	15	8	3	0	0
Salle de Bal	19	6	11	2	0	0
Musée Napoléon I	13	3	9	1	0	0
Petits Appartements	7	2	5	0	0	0
Musée Napoléonien d'Art et d'Histoire Militaire	6	2	4	0	0	0
la Cour Ovale	6	1	4	1	0	0
Chapelle de la Trinité	5	2	3	0	0	0
Total	264	128	115	19	2	0
Note moyenne	4,4					



Le contenu d'avis

Des chiffres après chaque description sont le nombre de mention

4 et 5 étoiles

Emotion

- Libre et à l'aise
- Colère et humiliation dans le Musée Chinois

Image de l'émotion

- Tranquille 7 fois
- Raffiné 5 fois

- Ressemble au château de Versailles 3 fois
- Joli transcription (nom de fontainebleau) 3 fois
- Grand 2 fois
- Simple mais élégant 2 fois
- Splendide 2 fois
- Charment 1 fois

Connaissance et équipement

- Napoléon 6 fois ; salon de l'abdication 2 fois ; demeure de Napoléon 3 fois
- Demeure royal 5 fois
- Dans la liste de l'UNESCO 2 fois
- Joli jardin 2 fois
- Longue histoire 1 fois
- Ecole de fontainebleau 1 fois
- Architecture gothique 1 fois
- Collection de Yuan Ming Yuan 1 fois
- Décor (Fresques, Toit, Mur, porte, Vitrine, Balcon, Surface de la terre) 1 fois
- Exposition permanent (Peinture, fresque, tapisserie, meubles) 1 fois
- Escalier 1 fois
- Pleins de chambres (tout mélange dans la tête à la fin) 1 fois
- Bibliothèque 1 fois
- Cygnes 1 fois

Service

- Educatif avec audioguide 1 fois

Alentours

- sport (VTT, randonnée 3 fois)
- la ville fontainebleau 2 fois
- Forêt 2 fois
- Restaurant japonais à côté 1 fois

Les points négatifs

1. comparer avec château de Versailles :

- moins splendide 10 fois
 - Petit 2 fois
 - mal restauré que château de Versailles 1 fois
 - pas bien conservé comme château de Versailles 1 fois
 - moins connu 1 fois
 - moins spécifique 1 fois
2. transport
 - Loin de Paris 5 fois
 - Transport compliqué 4 fois
 3. Musée Chinois fermé 2 fois ; le vol 2 fois
 4. Le temps n'était pas bon 1 fois

Propositions aux autres visiteurs

- Si vous avez déjà visité château de Versailles, ce n'est pas nécessaire d'aller au Château de Fontainebleau 8 fois
- Faut rester plus longtemps pour la visite 7 fois
- paris pass 2 fois

3 étoiles :

- gratuit le premier dimanche, où Napoléon dit « A dieu » aux soldats, jolis architecture et ameublement (2015)
- moyen ; forêt pour pique-nique ; moins impressionnant que château de Versailles (2014)
- petit, pas besoin d'y aller si vous avez déjà visité château de Versailles (2014)
- Le Musée Chinois est fermé ; château de Versailles est mieux (2014)
- Sauf un joli nom et le musée chinois, pas de chose spéciales, un site flattant (2014)
- Aimé pas les parisiens ; F1 et H II ; le palais le plus important pendant la Renaissance français (2013)
- Gratuit ; audioguide sans ID (sans Trianon) (2013)

2 étoiles :

- trop loin(2013) ; ressemble au château de Versailles, mais plus loin et il y a moins de

collections(2013)

2) Analyse sur le site Ma Feng Wo

Introduction du site

<http://www.mafengwo.cn/> (蚂蜂窝 , « nids des fourmis et des abeilles »)

C'est l'autre site le plus utilisé quand les chinois organisent le voyage soi-même.

Nombre d'avis : 121

Mots clés	fréquantation
Le Musée Chinois	9
Loin de Paris	5
rois français	5
transcription du nom	5
Reflet de Yuan Ming Yuan à l'occident	5

5 étoiles : 73

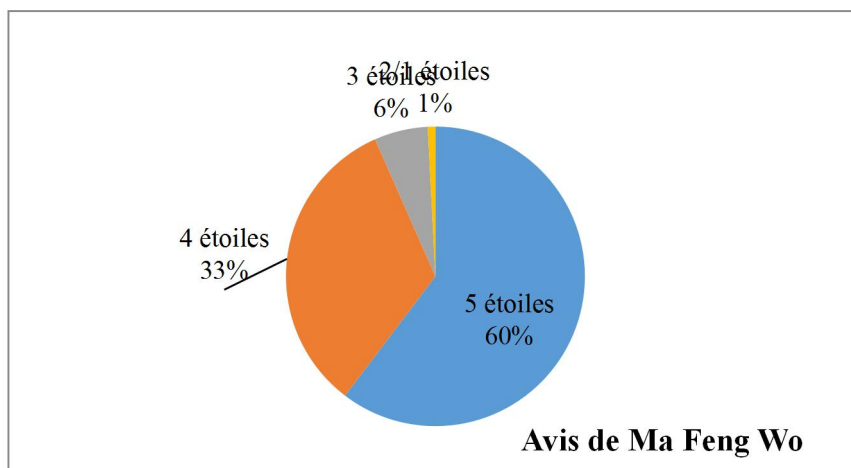
4 étoiles : 40

3 étoiles : 7

2 étoiles : 1

1 étoile : 0

Note moyenne : 4.532



3) Analyse sur le site Ctrip

Nom du site : Ctrip.com

Ctrip est un des plus grande Online Travel Agence en Chine.

Nombre d'avis et des notes

La période d'enquête : août 2001 - mars 2016

Nombre d'avis : 164

Nombre utile : 130 (explication : il y a des personnels internes de Ctrip qui sont écrit des commentaires pour enrichir le site. Ils « trichent »)

Excellent : 75

Bien : 69

Pas mal : 20

Mauvais : 0

Très mauvais : 0

10 en couple

3 en famille

18 avec les amis

1 business

7 seul

B/ Questionnaires

1) Questionnaire auprès du marché Chinois

1. Connaissez-vous le **Château de Fontainebleau** avant votre visite ?

A. Oui B. Non

2. Comment connaissez-vous le château :

A. bouche-à-oreille B. actualité C. journal D. télévision et radio E. revue touristique F. recommandation de TO /agence de voyage G. Internet H. d'autre :

3. Moyens d'info (histoire, horaire d'ouverture, transport...):
 - A. Présentation de TO/agence de voyage
 - B. selon l'unité de travail qui organise le voyage
 - C. site officiel du château
 - D. Weibo et WeChat
 - E. Baidu
 - F. Google
 - G. Forum (voyage économique, nid de fourmi et de l'abeille)
 - H. selon mes proches et mes amis
 - I. guide touristique
4. Destination principale du voyage
 - A. Fontainebleau
 - B. Paris Ile-de-France (château de Versailles, Barbizon ...)
 - C. la France
 - D. l'Europe
5. Manière de voyage :
 - A. groupe
 - B. voyage sur mesure
 - C. organisé par unité de travail
 - D. individuel
6. Transport principal :
 - A. transport commun (train, bus...)
 - B. voiture
 - C. autocar avec groupe
7. Accompagnants (multi choix)
 - A. en famille
 - B. en couple
 - C. entre amis/camarades
 - D. en famille avec des amis
 - E. entre collègues
 - F. seul
 - G. entre membre de club
8. Fréquence de visite
 - A. primo-visiteurs
 - B. repeaters (A. pour accompagner quelqu'un B. à volonté C. d'autre raison: _____)
9. Durée à Fontainebleau
 - A. une demie journée
 - B. un jour
 - C. deux jours
 - D. plus de trois jours
10. Hébergement
 - A. Hébergement marchand
 - B. chez locaux
 - C. chez ami ou chez proches
 - D. Je ne dors pas ici
11. Niveau de connaissance du château avant votre visite
 - A. Pas du tout
 - B. un peu
 - C. bien
 - D. très bien
12. Relativement, vous connaissez le plus sur :
 - A. le paysage
 - B. l'histoire
 - C. le style d'architecture
 - D. le Musée Chinois du château
13. Activité pratiquées à Fontainebleau :

A. Business B. promenade C. photographie D. visite dans le château E. visite des jardins et des cours F. visite de l'expo dans le château G. le bateau et la calèche H. montgolfière I. visiter des proches et des amis J. événement K. shopping L. acheter des souvenirs M. gastronomie N. activités dans la forêt O. visiter les locaux

14. Si vous en avez l'occasion, qu'est-ce que vous voulez faire de ces activités ci-dessus ?

15. Dépenses journalières par personne

1. Hébergement : 2. Alimentation, restauration : 3. loisir, spectacles :

4. Shopping : 5. transport au sein de la Région :

16. Préférence :

A. histoire B. architecture C. atmosphère D. paysage E. le Musée Chinois
 F. personnages (Napoléon, F1, Henri IV, d'autre : _____) G. évènement H. légende
 I. art J. gastronomie K. la forêt L. des choses liées avec la culture /l'histoire chinoises M. d'autre : _

17. Satisfaction

	Pas satisfait du tout	Pas satisfait	moyen	satisfait	Très satisfait
Propreté					
Atmosphère					
Environnement					
Le Musée Chinois					
La conservation et la scénographie des collections et de l'architecture					
Signalétique					
Siège et poubelle					
loisirs					

Restaurant et le glacier					
Prix des marchandises					
La résolution de votre question par les personnels					
transport					
Publicité et promotion					

18. Intention de revisites

- A. D'ici un an B. D'ici deux ans C. D'ici 3 à 4 ans D. Dans 5 ans ou plus E. N'envisage de revenir F. Ne sais pas

19. Recommandation : 0 à 10

20. Sexe A. Homme B. Femme

21. Age A. Moins de 26 ans B. 27 - 36 C. 37 – 46 D. 47 – 56 E. Plus de 66 ans

22. Education A. Moins du bac B. Bac C. Master D. Bac+8

23. Lieu d'habitation

- A. En France (Département : _____) B. Beijing C. Shanghai D. Guangzhou
 E. H.K ou Taiwan F. D'autre : _____

24. CSP

- A. Employé(e) B. Agriculteur/ ouvrier C. Etudiant D. Cadre d'entr.
 E. Fonctionnaire F. Professeur/Avocat/Médecin G. Profession libérale H. Retraité
 I. D'autre : _____

2) Questionnaire sur la connaissance sur Napoléon, changement d'avant et d'après la visite, espérance auprès des chinois

1. Connaissez-vous le **Château de Fontainebleau** avant votre visite ? A.Oui B. Non
2. Durée à Fontainebleau ? A.une demie journée B. un jour C. deux jours D. plus de trois jours
3. Vous vous intéressez à Napoléon ?

Pas du tout pas beaucoup moyennement beaucoup extrêmement

4. **Avant** votre visite du château :

	Pas du tout	Un peu	bien	Très bien
Généralement, la relation entre Napoléon et Château de Fontainebleau, Vous connaissez :				
château est sa demeure principale				
Il accueille Pie VII ici pour son couronnement				
Ses symboles (des abeilles et des aigles)				
Il chasse ici				
Il abdique ici				
Il dit adieux à la vieille garde pour l'île d'Elbe				
La salle du trône est la seule aujourd'hui conservée en France dans son état historique				

5. Napoléon est le personnage du

16-17^{ème} siècle 17-18^{ème} siècle 18-19^{ème} siècle 19-20^{ème} siècle Je ne sais pas

6. Selon vous, quels sites sont concernés avec Napoléon ?

L'Arc de Triomphe Palais des Tuileries La Tour Eiffel Le Louvre château de Versailles Je ne sais pas

7. Selon vous, il est

Stratège Politique Législateur Dictateur et envahisseur Dominateur

8. Quelle image s'accorde avec vous pour Napoléon ?



9. Avant la visite, qu'est-ce que vous attendez des objets et de la connaissance de Napoléon ?

10. Vous avez visité le Musée de Napoléon ? (Le sens contre les grands appartements après l'escalier) Oui Non (allez à la question No. 15)

11. Pourquoi vous n'avez pas visité le Musée de Napoléon ?

A. Je n'ai pas assez de temps B. ça ne m'intéresse pas C. Je l'ai raté D. D'autres endroits sont plus intéressants

12. **Après** la visite, vous avez un changement de cognition ?

	Pas du tout	Un peu	bien	Très bien
Généralement, la relation entre Napoléon et Château de Fontainebleau, Vous connaissez :				
château est son demeure principale				
Il accueille Pie VII ici pour son couronnement				
Ses symboles (des abeilles et des aigles)				
Il chasse ici				
Il abdique ici				
Il dit adieux à la vieille garde pour l'île d'Elbe				
La salle du trône est la seule aujourd'hui conservée en France dans son état historique				

13. Quels personnages vous ont-ils le plus marqués ?

Joséphine la première épouse de Napoléon Marie-Louise la deuxième épouse de Napoléon ses frères Jérôme et Joseph son fils le Roi de Rome d'autres :

14. Quels personnages vous ont-ils le moins marqués ?

Joséphine la première épouse de Napoléon Marie-Louise la deuxième épouse de

Napoléon ses frères Jérôme et Joséphe son fils le Roi de Rome d'autres :

15. Quels objets vous ont-ils le plus marqués ?

A. Les objets de Napoléon : épées, vêtements, couverts, objets quotidiens dans la tente, chapeau, couteaux, pistoles B. Des médailles C. Des aigles et des abeilles, des symboles impériaux D. les objets des frères de Napoléon E. Les tableaux, sculptures, couverts de Marie-Louise

F. des objets du fils de Roi de Rome

16. Quelles salles préférez-vous ?

A. Dans le Musée de Napoléon (le Sacre, Les Fastes de la Table impériale, cadeaux faits à l'Empereur, L'Empereur en campagne, les rouages du pouvoir de l'Empereur, Marie-Louise, Le Roi de Rome, L'enfance du Roi de Rome, Galerie des portraits) B. Dans les grands appartements (la salle de trône, la salle d'abdication, les chambres du roi, les chambres de reine) C. **Je me souviens plus**

intéressants je ne l'ai pas remarqué d'autres raisons: _____

17. Vous avez utilisé l'audioguide ? Oui Non

18. Pour l'audioguide, vous-êtes :

très satisfait satisfait pas très satisfait pas satisfait du tout

19. Ses avantages

Riche contenu explication claire nombreuses anecdotes d'autres:

20. Ses inconvénients

La vitesse est trop lente mal guidé par l'audioguide d'autres:

Satisfaction : recommandation :

21. Vos propositions

22. Sexe A. Homme B. Femme

22. Age A. Moins de 26 ans B. 27 - 36 C. 37 – 46 D. 47 – 56 E.

Plus de 66 ans

23. Education A. Moins du bac B. Bac C. Master D. Bac+8

24. Lieu d'habitation

- A. En France (Département : _____) B. Beijing C. Shanghai D. Guangzhou
E. H.K ou Taiwan F. D'autre : _____

25. CSP

- B. Employé(e) B. Agriculteur/ ouvrier C. Etudiant D. Cadre d'entr.
E. Fonctionnaire F. Professeur/Avocat/Médecin G. Profession libérale H. Retraité
I. D'autre : _____

C/ Référencement Baidu du "Château de Fontainebleau" au mois d'avril 2016

Page 1:

www.parisspass.com.cn (publicité)

1. Château de Fontainebleau sur Encyclopédie de Baidu (=Wikipédia chinois)
2. Guide de Mafeng Wo (=nid de la fourmi et d'abeille) / Qiong You (=voyage économique)

Les deux sites les plus utilisés pour organiser le voyage par soi-même

3. TO / agence (Tu Niu, Voyage de Baidu, Yi Long, Xie Cheng)
4. <http://www.chateaufontainebleau.net/> qui présente le château
5. La forêt de Fontainebleau sur Encyclopédie de Baidu

Page 2:

www.parisspass.com.cn (publicité)

1. un projet de immobilier qui appelle "fontainebleau"
2. une question sur le type d'architecture de château
3. TO / agence (Tu Niu, Qiong You, +1 TO méconnu)
4. Une introduction du château dans un site d'architecture
5. L'actualité du vol du Musée Chinois (3 pièces d'actualités)

Page 3 :

www.parisspass.com.cn (publicité)

1. Un blog qui affiche un article du château(sina, la même entreprise de Weibo)

2. L'actualité du vol (2 pièces)
3. Une introduction du château sur le BBS de TO (Qu Na'er)
4. Demandes de transport au château (3) sur un grande BBS chinois en europe
5. Intro du château sur un site d'architecture
6. Carte de fontainebleau

Page 4 :

www.parisspass.com.cn (publicité)

1. TO/ agence (1)
2. Article du blog (sina)
3. Introduction sur un site du discours
4. Une question sur les différences entre Le Louvre, château de Versailles, Le Palais de l'Élysée et le château sur un site de question(comme www.quora.com)
5. Site officiel du Château de Fontainebleau
6. L'actualité de la grande restauration du château (30 jan. 2015)
7. Les images du château
8. Article du blog
9. TO/ agence (2)

Page 5 :

1. TO/ agence(3, un qui vend le château et Chateau de Vaux-le-Vicomte)
2. L'actualité du vol (3)
3. Article sur Napoléon et château
4. Intro du «Récommentaires des peuples » (un des sites comme Tripadvisor beaucoup utilisé par les chinois)
5. Intro sur un site de l'art de jardin
6. Un jeu sur le château

Page 6 :

1. Tripadvisor
2. L'actualité du vol (3)
3. Images du château
4. L'article sur l'école du fontainebleau

5. L'article sur les collections de Yuan Ming Yuan au château
6. Publicité d'un studio de photo qui s'appelle "fontainebleau"

Chapitre III Projet personnel et collectif

Introduction

En tant qu'une chinoise consacrai la vie dans le domaine de culture, patrimoine et tourisme, j'essaie de centraliser tous mes travail autour de ces sujets. En profitant mon travail au Château de Fontainebleau, j'ai de la chance d'obtenir beaucoup de contactes avec des professionnels touristique importants en France ainsi qu'en Chine, comme des agences de voyage, des tours-opérateur, des OTA (online travel agency), des start-ups français et chinois etc.

Vu que la tendance incontournable de l'utilisation de nouvelles technologies et la mondialisation du tourisme, mon projet personnel s'agit d'une consultante de tourisme pour les sites touristiques en France et des entreprises chinoises qui veulent exploiter en France dans le domaine de culture et de patrimoine, surtout en employant les nouvelles technologies.

Afin de mieux connaître les chinois qui voyagent en France et l'interaction des premier et de nouvelles technomogies employées par le site/ville culturel(e) et patrimonial(e), ensuite d'établir un modèle statistique d'évaluation de compétitivité du site/ville patrimonial(e) et culturel(e) auprès des touristes chinois, j'ai décidé de réaliser une thèse, et de créer une plateforme qui recueille les données des sites et villes français et les analyse. Ensuite, je vais donner des conseils à augmenter la compétitivité pour attirer et mieux servir les touristes chinois en tant qu'une consultante.

Le projet collectif de notre promotion est d'organiser une exposition dans le cadre du “projet tutoré”. Le travail est principalement divisé en trois parties : la décision du thème et la rédaction de texte de l'exposition, la mise en ligne d'information d'exposition et le montage.

Vivant à l'époque numérique, nous passons beaucoup de temps sur Internet. En conséquence, la gestion du site officiel et la promotion de l'exposition sur les réseaux sociaux sont des travaux considérable qui nous sont pris beaucoup de temps. Nous avons suivis un cours

“projet informatique” qui est dédié à la tendance de numérisation.

Dans ce volume, je vous présenterai l'application de nouvelles technologies dans le tourisme, suivie par la situation actuelle des touristes chinois, les travaux au projet collectif et mes préparations pour m'adapter à la tendance et pour m'installer dans le domaine.

I. Projet personnel

I.A/ Point de départ et le contexte

Lors de mon stage de 3^{ème} année de Licence, j'ai beaucoup progressé sur la gestion de projet, et de l'autonomie. J'ai en effet travaillé dans une organisation privée, liée à l'Université de Hangzhou sur le Treizième Plan Quinquennal en tourisme de Pucheng, une ville antique qui a 800 000 habitants. En même temps, en participant dans un projet de la conception de l'application touristique pour smartphones, je commence à réfléchir l'interaction entre les outils technologiques et les touristes.

Pendant ce travail au Château de Fontainebleau, j'ai découvert que l'intention d'amélioration des services pour des publics des destinations touristiques avec des outils de high-tech, qui m'a fait penser à l'influence des outils aux touristes.

En réalisant le Master 2 au TPTI (Techniques, Patrimoines, Territoires de l'Industrie) à l'Université Panthéon-Sorbonne, je me rends compte les outils techniques et technologiques ne sont pas que des produits fabriqués de la société, en même temps ils la reforment. Par exemple, l'imprimante de Gutenberg a favorisé la diffusion de la Bible, le machine à vapeur a augmenté l'efficacité de la production industrielle, le téléphone portable peut interrompre notre vie à n'importe quel moment... Derrière les outils, c'est la découverte et l'innovation scientifique ou technologique ; et les outils, sont des expressions externes.

Il faut aussi expliquer le rapport entre mon projet personnel et le mémoire de recherche qui est au sujet de laque. Ce sujet a été proposé par mon ancien directeur de mémoire à l'Université d'Angers qui est spécialisée en mode, gestion de l'art et de la culture. Le laquage est un patrimoine immatériel, les objets laqués ont une signification culturelle. Les échanges entre la Chine et la France sur la laque renforcent la compréhension mutuelle d'artisan et d'art de les deux pays, ainsi des techniques traditionnelles et modernes. Cela complète non seulement mon travail et mes recherches au niveau de culture et patrimoine, mais aussi peut appliquer dans les sites touristiques, par exemple dans l'organisation d'exposition par apport des laques ou des meubles anciens.

1) L'application de nouvelles technologies dans le tourisme

Au début du 21^{ème} siècle, soixante-dizaine de chercheurs en sciences et sciences sociales ont déclaré ensemble un document programmatique des influences révolutionnaires des NBIC (Nanotechnologies, biotechnologies, informatique et sciences cognitives). Avec développement de la science et de la technologie, ainsi que le tourisme de masse et la mondialisation, les pratiques du touriste sont beaucoup changées. La numérisation et les Technologies de l'information et de la communication (TIC) apportent de nouvelles façons d'acquérir l'information et de communiquer. Maintenant, presque tout le monde voyage avec un smartphone. La plupart des touristes chinois l'utilisent beaucoup avant, en cours et après leur voyage pour recueillir des informations, faire la décision, donner des commentaires etc., donc leurs pratiques ne répètent pas celles des japonais daté d'il y a trente ans. Dans le domaine du tourisme culturel et patrimonial, les destinations aussi emploient de nouvelles technologies comme la réalité augmentée, la 3D, la géolocalisation et la réalité virtuelle pour améliorer l'expérience du touriste.

2) La recherche du tourisme

Concernant le tourisme, il est "à la fois plus et moins qu'une industrie, plus et moins qu'un phénomène culturel, plus et moins qu'une forme de loisir. Son caractère est, dans sa quintessence, aussi humain que la faculté de langage..." (Ness, 2003)

Selon l'OMT, le nombre de touristes a progressé de 4,4% en 2015, à environ 1,2 milliard de personnes. Le mouvement d'envergure de population ne donne pas influence qu'aux touristes, mais aussi aux destinations. L'application des outils technologiques renforce la liaison entre les deux sujets : avant la visite, il faut récolter des informations du terrain ; au cours de la visite, les outils techniques apportent beaucoup d'interaction aux touristes (appareil photo, téléphone mobile, tablette etc.); après la visite, les touristes laissent des traces digitales et ils mettent les commentaires sur internet qui peuvent avoir un effet important aux touristes suivants ; l'installation du service pour des touristes change l'habitude des locaux... Pourtant, la recherche du tourisme est 'mépris' depuis longtemps : c'était des géographes qui ont commencé la recherche sur le tourisme (de masse) après la Deuxième Guerre Mondiale. La première oeuvre de sociologie du tourisme est daté seulement du 60s selon sociologue Israélien E. Cohen.

3) L'histoire du tourisme culturel et patrimonial

Le processus de poursuite du tourisme culturel et patrimonial a son propre chemin.

Le tourisme s'inscrit dans la démarche du Grand Tour, mais c'est une facette du Grand Tour, le tourisme a plus un intérêt pour la culture, la population, le paysage et le retour vers le passé. A partir du XVIII^{ème} siècle, les musées ont apparu. Ils ont rendu l'accessibilité à la grande population pour découvrir le goût du 'passé'. L'expansion de la conception du 'patrimoine' évoque l'intention de tout valoriser. La définition s'est étendue pendant la Révolution française, le gouvernement a confisqué des propriétés privées, du mobilier, de l'immobilier appartenant au clergé et aux immigrants pour les transformer en « propriété publique ». Depuis lors, le patrimoine est passé du stade de la propriété privée à celui de la collectivité publique, régionale ou, nationale.

Au XX^{ème} siècle, à la réunion d'Athènes, l'art et l'histoire qui ont eu besoin d'être protégés, ont été officiellement incorporés dans le cadre du « patrimoine » national. Cela signifie que sa définition a évolué du niveau social au niveau culturel. Dans l'entre deux guerres, au classement des édifices publics s'ajoutent les édifices privés, et le classement des monuments

de la renaissance ou de monuments récents comme l'opéra Garnier en 1923. Après la Seconde Guerre Mondiale, le champ s'étend encore et toujours jusqu'à intégrer les édifices du XX^{ème} siècle. Depuis 1945, le terme 'patrimoine' a commencé à être utilisé dans un grand nombre de documents français de l'UNESCO sur la culture, l'histoire et la nature ; ainsi, de plus en plus de termes dérivés ont émergé.

La mondialisation accélère l'échange de capital, d'information, et de population. Les gens mobilisent vers quatre coins du monde. Le classement UNESCO est bien apprécié, il a joué un rôle considérable dans la promotion du site.

I.B/ Présentation de la situation actuelle

1) La situation actuelle du tourisme culturel et patrimonial et l'application de nouvelles technologies

Au présent, le tourisme, qui n'est plus mis à part comme sujet d'étude distinct, est désormais considéré par de nombreux chercheurs comme un élément inextricablement lié à la vie sociale, culturelle et économique dans le monde.

En visitant un patrimoine culturel, le but de la plupart de touriste est d'apprendre de nouvelles connaissances. Le développement de l'outil technologique s'en servir pour aider ce processus.

Les chinois sont des touristes d'un pays émergent. Puisqu'ils commencent à voyager avec l'essor de nouvelles technologies, leurs pratiques ne sont plus les mêmes que les autres asiatiques d'il y a trente ans. Ils sont l'exemple typique des touristes modernes et ils nous donnent des idées des pratiques touristiques d'avenir.

Une nouvelle notion a apparu en 90s : cyber-anthropologie (anthropologie numérique/digital...). Elle se centralise sur la relation entre l'homme et la technologie de l'ère du numérique. Sherry Turkle est une psychologue de MIT, elle a constaté que la technologie nous empêche à continuer un dialogue sans arrêt, est les gens sont toujours prêts à retirer de conversation. Nous aimerons toujours partager, mais nous préférons à partager une photo qui

a marqué le moment au lieu d'une expérience totalement plongée. L'action de "prendre une photo" interrompt l'expérience et crée une "pause". Quand les gens ont d'habitude d'avoir cette pause dans la vie, ils réfléchissent moins qu'est-ce ils sont en train de faire et où se situent-ils.

Amber Case considère que les techniques modernes font changer totalement la société. Une fois les hommes utilisent le portable pour communication ou portent une clé USB avec beaucoup de statistiques, ils deviennent un Cyborg.

Par contre, en même temps quand des cyber-anthropologistes sont en train de construire cette nouvelle branche d'anthropologie, il y a des chercheurs qui sont contre cette idée. Wilson S.M et Peterson L.C considèrent que la construction artificielle et le monde de vie est toujours le centre de recherche de l'ethnographie puisqu'il n'est pas nécessaire de créer des nouvelles méthodes au lieu d'employer les méthodes actuelles.

Daniel Miller est l'auteur du « Digital Anthropology ». Il désapprouve de la possibilité de devenir cyborg du posthumain. Il vient de publier des rapports "Why We Post" au sujet des réseaux sociaux en 2016, qui sont le résultat de lui et ses neuf doctorants possédés différentes nationalités.

Même avec tous les disputes, personne peut nier le changement amené par les nouvelles technologies. Elles donnent une influence au regard des touristes quand ils découvrent un site culturel ou patrimonial.

Pour les chinois, le besoin en tourisme culturel et patrimonial n'était pas assez prospère auparavant. Il y a peu de chinois s'intéressent à la culture, cependant ils préfèrent la visite au paysage naturel qui est dans un marché plutôt superficiel. Mais à partir de 2013, le revenu par habitant montre qu'il est déjà dépassé le revenu moyen mondial. En 2016, le PNB par habitant était supérieur à 8000 dollars. En même temps, grâce à la démocratisation de l'éducation, le besoin de tourisme culturel de population apparaît. Séduits par la culture

occidentale très différente que celle de la Chine, les chinois espèrent voyager en Europe.

2) Les touristes chinois en Europe

La Chine a eu un bouleversement pendant 50 ans. L'interdiction de voyager à l'étranger et la destruction de l'"ancienne culture" à l'époque de Mao éteint le feu de curiosité des Chinois. Mais la Réforme économique de DENG Xiaoping réouvre la porte de la Chine à la fin des années 70s. Au début, la Chine a accueilli des étrangers au niveau du diplomatie, mais depuis 90s, avec l'assouplissement des restrictions de voyage individuel, elle devient l'un des marchés de tourisme émetteur qui croît le plus rapidement au monde.

Les touristes chinois sont de plus en plus nombreux à voyager dans le monde comme on peut le voir sur les graphiques ci-dessous.

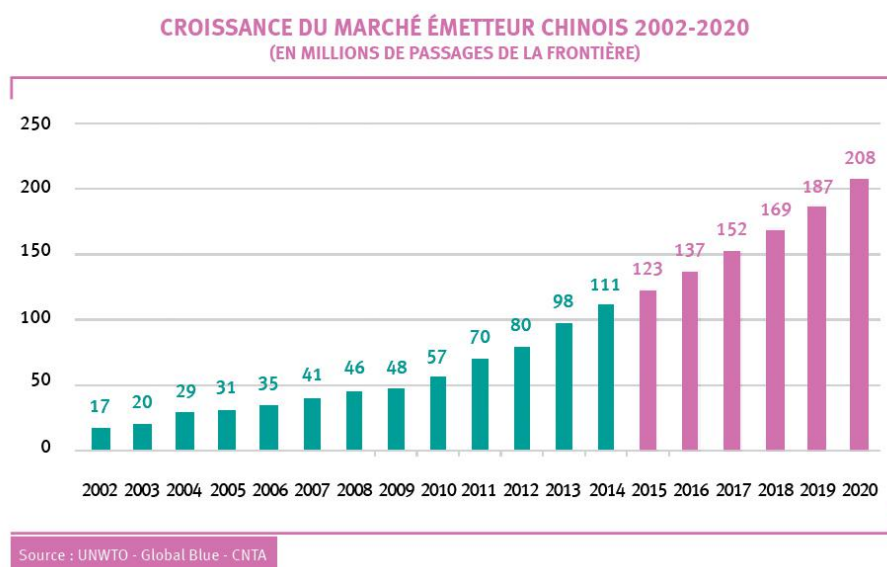


Tableau 1 : Source des graphiques : UNWTO - Global Blue - CNTA, 2014

La France constitue la première destination des touristes chinois venant sur le Vieux Continent, 24,6 %, devant l'Allemagne (15,6 %), la Suisse (9,2 %) et l'Espagne (8,7 %). Depuis le 1er septembre 2004, date à laquelle les premiers groupes de touristes autorisés à se rendre France sont arrivés à Paris, il n'est plus possible de douter de l'actuelle métamorphose économique de la Chine.

Il y a dix ans, les pratiques des chinois étaient assez unificatrices : ils arrivent en groupe et parlent en voix haute, prennent des photos avec leur appareil et partent très vite. Les chinois seraient des touristes débutants, puisque accédant depuis peu aux plaisirs de la « récréation ».

Il y a des spécificités des pratiques touristiques chinoises. Par exemple, la prise en photo du ciel bleu et des nuages, la préférence de visiter le paysage naturel que faire du sport, d'être couvert pour éviter le bronzage...

Selon le rapport annuel d'Atout France, pour les chinois, le patrimoine historique et culturel, le shopping sont deux thèmes principaux. Ensuite, des thèmes secondaires à forte valeur ajoutée sont l'oénotourisme, les voyages de noces et cérémonies de mariage, le tourisme d'affaires et le jeu.

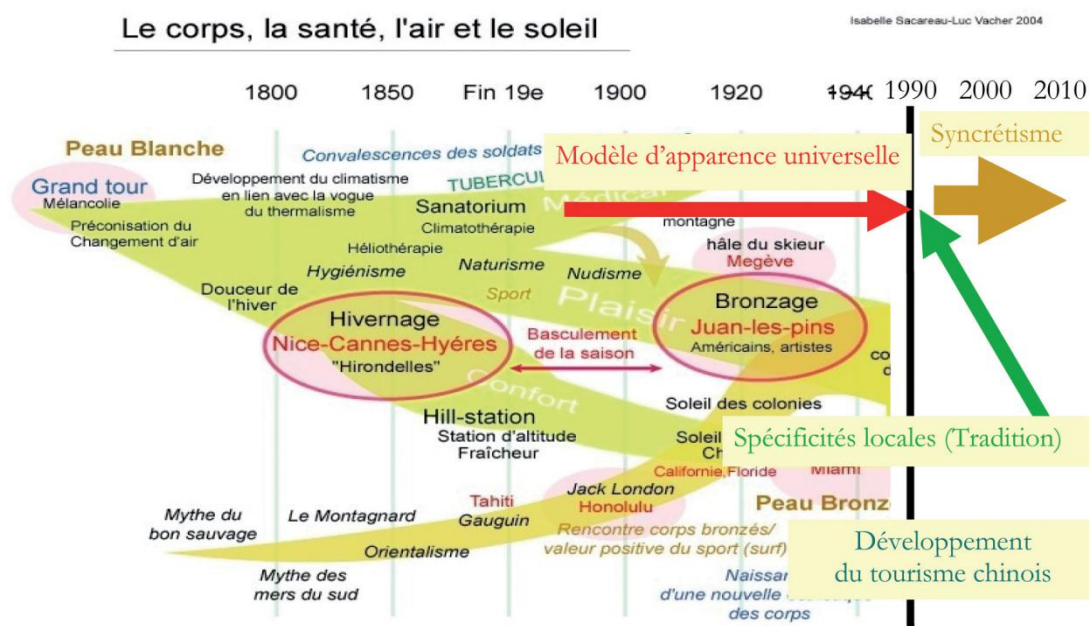


Tableau 2 : Conception de Benjamin Taunay (2011) à partir du graphique de Sacareau et Vacher (2004)

« la société chinoise change très rapidement, sous l'influence d'une croissance économique constante et d'une ouverture aux modes et manières de penser venus d'Occident et d'Asie du Sud-Est » écrit Pierre Gentelle en 2004. Nous sommes toutefois vu apparaître une manière de considérer le tourisme international chinois : il s'agit de se pencher sur les « motivations », mais pour éclairer des « perceptions » (Hsu et Huang, 2005). D'autres auteurs interrogent ainsi

« l'émergence » de ce tourisme non occidental et son regard sur l'autre, en termes de « différences » et de « familiarités » dans la destination visitée (notamment l'anthropologue Yuk Wah, 2006).

Pendant les dernières années, le voyage individuel (FIT, Foreign Independent Tourist) ou en petit groupe d'amis, de famille ou en couple sont beaucoup appréciés par la classe moyenne chinoise, celui qui est la classe consisté de le plus nombreux de peuple et qui voyage le plus à l'étranger. Les classes moyenne et aisée représenteront en 2016 : 41% de la population nationale (compte environ 450 millions de personnes) contre 11% en 2011 (revenu > à 15K\$/an). Certes cette classe n'est pas la seule à s'engager dans le tourisme (il existe aussi la masse paysanne et les élites aristocratiques), mais par son nombre c'est elle qui induit les transformations économiques et spatiales.

1 seul pays ... mais beaucoup de marchés différents

> nécessité de raisonner et de travailler marché par marché / ville par ville en s'adaptant, plutôt que de prendre la Chine comme un seul marché global



Tableau 3 : D'où viennent nos touristes chinois ? Atout France, 2016

En tant qu'un ensemble marché important, la situation est variée selon des touristes de la différente région. Taiwan, HongKong et Macau sont des marchés mûrs, cependant les autres

non.

Davantage d'envie de loisirs grâce à l'avancée de l'urbanisation et la facilitation progressive des voyages à l'étranger stimule le tourisme externe des chinois. L'année 2009 a marqué une décennie d'accès aux congés payés pour tous les salariés. Constatant que les sites touristiques sont de plus en plus congestionnés en Chine, il montre qu'une part grandissante d'individus ont souhaité voyager à l'étranger. Avec l'accompagnement du terminal mobile sur lequel les informations sont bien complètes comme ordinateur portable et téléphone mobile, ils ont de plus en plus à l'aise de voyager tout seul.

En 2014, 96,4% des touristes chinois internes, 64,1% des externes sont des individus (FIT). Pendant la première moitié de l'année de 2015, le nombre de la fois/personne du tourisme interne et externe est de 2.024 milliards et 61.9 millions. Parmi eux, 97.8% et 66.7% de touristes voyagent individuellement. L'individuel et des petits groupes restent plus longtemps et ont plus d'envie de découvrir le local, surtout aux sites culturels et patrimoniaux en utilisant les informations sur internet, l'audioguide, les codes barres... Ils ont ouvert à l'utilisation de nouvelle technologie.

3) Les recherches des technologies appliquées en tourisme

Le premier tourisme de masse a organisé par Thomas Cook en 1841. Au début du XIX^{ème} siècle, l'appareil photo a été inventé. Il a devenu un équipement très important des touristes, même un emblème. Dans les années 1960, en raison de la généralisation des congés payés dans de nombreux pays industrialisés, le tourisme de masse est devenu une tendance générale qui permet aux « masses » populaires de voyager.

Quand un grand nombre de touristes arrivent avec leur appareil photo, les lieux et bâtiments seront beaucoup affectés par le regard touristique. "L'authenticité mise en scène" est devenue le centre du débat.

Les jumelles longues-vues ont été inventées en 1608 par Hans Lippershey, un opticien

hollandais. Elles sont un des premiers outils techniques utilisés par les touristes. Le développement de l'industrie a totalement changé la façon de transport, qui facilite le déplacement des touristes en XIX^{ème} siècle. Depuis le début des années 90, le secteur du tourisme a eu des bouleversements importants encore. Il est en effet devenu un des principaux utilisateurs de TIC (Technologies de l'information et de la communication) et l'on peut dire que les TIC jouent aujourd'hui un rôle central dans ce secteur. A notre époque, le tourisme n'est plus un secteur non-innovant. Le « web 3.0 » et le big data a changé bien des modes de fonctionnement. Les touristes utilisent tout le temps, dans tous les lieux les réseaux sociaux comme Facebook, Instagram, Flickr pour partager l'expérience, qui n'ont pas les mêmes caractéristiques sociologiques.

Au musée, nous utilisons des nouvelles technologies comme 3D, la réalité augmentée pour reconstruire l'antiquité ; dans l'exposition, la réalité virtuelle est appliquée pour aider les visiteurs à imaginer le futur ; dans l'atelier du site culturel et patrimonial, les modèles 3D ont été fabriqués pour apprendre aux visiteurs l'établissement du bâti ou de l'objet ; plusieurs sites ont essayé l'émission en direct sur internet...



Figure 1 : l'utilisation d'une tablette dans un musée, 2017

Les entreprises touristiques chinoises développent rapidement pour répondre mais aussi guides les demandes du touriste chinois en jouant sur le terminal mobile : comparer les tarifs de l'hôtel et de billets d'avion avec moteur de recherche sur téléphone mobile, réserver le billet

d'entrée sur les sites chinois en avance pour ne pas faire la queue, acquérir des informations et payer en scannant les codes barres, agiter le téléphone portable pour rencontrer des gens inconnus, participer aux jeux interactifs pour gagner des bonus, trouver un greeter en utilisant la géolocalisation...

En 2015, il y a un boom de l'ère digitale en Chine. Selon 2015-2016 China Smart Phone Market Research Report publié par iimedia research, 0,69 milliard de chinois utilise le smart phone parmi 1.375 milliard de population total, qui fait 50%. Cette nouvelle tendance change le visage du tourisme en Chine avec un engouement pour les réservations de voyage sur Internet mobile.

Selon le centre de réseau d'information Internet en Chine, 53% des touristes chinois voyageant à l'étranger utilisent les applications mobiles afin de réserver leurs voyages en ligne (hôtels, billets d'avion, billets d'attractions...etc.). La plupart de ces touristes aiment voyager en toute indépendance et organiser leur propre programme de voyage.

Les réseaux sociaux ont une importance capitale dans la recherche des destinations de voyage des chinois. Une grande majorité de la population (80% de la population en Chine) est présent sur les réseaux sociaux. C'est un outil qui a une très grande influence sur la population chinoise et sur leurs opinions.

En raison de l'utilisation des outils technologies, les pratiques touristiques des chinois ne sont pas pareils que les japonais ni les koréens. Cette manière est appelée "l'époque 2.0" du tourisme externe des chinois(LI, 2016). Selon des enquêtes réalisées, ils ont des caractères suivants: la tendance de voyager en FIT; l'appui sur les réseaux sociaux ; forte demande de personnalisation et différenciation.

Nombreuses recherches basent sur les pratiques spécifiques des touristes chinois, elles sont divisées en trois étapes.

Première étape : la décision

Il y a trois sous-parties dans la décision : la perception, la recherche des informations et la réservation en ligne. La perception des touristes est moins bien quand ils ont eu les informations à la fois d'internet et d'agence de voyage, que s'ils les ont eu seulement par l'agence. Cependant, cette perception s'améliore au cours de l'augmentation de capacité de récolter les informations par internet (Zou, Luo et Xiang, 2010). Le service du tourisme est de l'expérience, il est incorporel. Il est difficile à juger avant de participer. Des commentaires positifs en ligne rendent beaucoup de bonne impression aux touristes potentiels (Vermeulen et Seegers, 2009). Ces commentaires donnent une impression beaucoup plus fiable que la publicité (Wu, 2012). L'attitude du touriste consiste en la perception, l'émotion et l'action (Vincent et Thompson, 2002), elle décide la réalisation des achat en ligne.

Deuxième étape : l'expérience

L'expérience est une manifestation subjective des particularité d'un contexte géographique (Zhang, 2016). Elles se forment des différentes dimensions physiques, cognitives, sociales et émotionnelles par l'interaction entre des touristes et la destination. L'expérience à la dimension du temps est basée sur deux choses: la route entre l'endroit de chalandise (Tourist-Guest Source) et la destination, et l'expérience à la destination. A la dimension de l'espace, les influences peuvent être divisées par la connaissance de repère, de route et d'enquête.

Troisième étape : l'évaluation

Les commentaires d'une destination touristique sur internet sont essentiels. Selon les recherches, les touristes s'expriment plus à l'aise sur internet. 7 motivations ont été proposé par Weber et Roehi (1999): le plaisir, la cohésion, l'expression d'émotion négative/positive, l'attentionné, l'aide à l'entreprise et l'auto - renforcée.

I.C/ Les cas de recherche

1) Cas de recherche : Les chinois aux Château de Fontainebleau

Depuis la création de l'établissement public du Château de Fontainebleau en 2009, le nombre de visiteurs accueillis a franchi 500 000 en 2014. Il est à la fois un site touristique et un lieu éducatif pour apprendre l'histoire et la culture de la France.

Comme le château a une réputation mondiale et dans la liste de l'UNESCO, il accueille beaucoup de visiteurs étrangers qui occupent environ 50% parmi tous les visiteurs, par exemple les américains, les russes, les anglais et les asiatiques. Il y a quelques années les japonais ont été beaucoup accueillis, mais maintenant ils sont remplacés par les chinois.

Le Château de Fontainebleau a une très bonne réputation en Chine grâce à la traduction très poétique en Chinois : érables rouges et blanche rosée. Par conséquent, avec la croissance économique et le niveau de vie, le public chinois devient une clientèle de plus en plus importante pour le château. En 2010, il faisait 8% parmi les visiteurs étrangers, 4 ans plus tard, en 2015, il a augmenté jusqu'à 32%. Un an après, ce chiffre atteint 32.7%.

En 2016, j'ai réalisé une enquête au château auprès des touristes chinois y compris la connaissance du château, les préférences, les motivations, les attentes etc.. Cette enquête m'aide à mieux comprendre les pratiques des touristes chinois en tourisme culturel et patrimonial. J'y constate que presque tous les touristes chinois ont toujours le téléphone portable dans la main.

Du côté technologique, j'ai des statistiques sur les comptes Weibo ("Twitter chinois") et Wechat. Le dernier est une application mobile de messagerie textuelle et vocale, il aide les utilisateurs à partager des informations surtout entre les gens familiers. Selon le Rapport Officiel du Wechat de 2016, il y a 0,7 milliard d'utilisateurs en permanence. Wechat est l'application mobile la plus utilisée par les chinois, annoncé dans "le classement des utilisateurs actifs des applications en Chine d'août 2016" par iiMediaResearch.

Le compte officiel Wechat du château est créé en 2015. Jusqu'au juin 2016, il y a 1662 abonnés, dont 1199 (73,92%) utilise iPhone. Ils l'utilisent surtout pour prendre des photos,

envoyer aux amis ou partager sur les réseaux sociaux, mais aussi à servir de réponse des messages, communiquer avec les autres ou chercher des informations sur Internet.

Au Musée Chinois du château, une nouvelle outil technologique est proposé gratuitement avec le billet d'entrée du musée. Elle s'appelle "HistoPad", tablette tactile qui utilise la réalité augmentée, la 3D et la géolocalisation. C'est un guide de visite interactif et il propose une découverte des salles à 360 degrés des oeuvres exposées, ainsi que la reproduction des situations des oeuvres de Yuanming Yuan en 1860. Le jeu de différences est aussi compris, qui incite les jeunes publics à observer les collections de façon ludique et pédagogique.

A cause de mon avantage langagier, la partie d'utilisation du téléphone mobile et de tablette sera principalement sur les touristes chinois au Château de Fontainebleau.

Le marché chinois devient de plus en plus mature. Mais est-ce qu'ils vont refaire tous ce que les Japonais ou les Koréens sont en train de faire ? Non. Parce que l'utilisation de nouvelles technologies va reformer les pratiques des touristes chinois.

L'idée de point de vue sociologique et anthropologique, avec l'interaction des outils technologiques et des touristes, vers quelle route l'évolution nous conduit dans la société ? Comment la contradiction du regard touristique et l'authenticité proposée dans les lieux culturels et patrimoniaux vont évoluer ? Les nouvelles techniques vont aider les touristes à comprendre la vraie culture locale ou vont renforcer le stéréotype ? Comment les pratiques touristiques vont changer ? Quand les touristes visitent un village sous-développé, comment ils présentent leurs outils ? Est-ce que et au quel niveau les touristes chinois présentent les nouvelles façons de visiter des sites culturels et patrimoniaux ? Quelles sont leur réactions ?

2) L'application de nouvelle technologie en tourisme culturel et patrimonial

Les nouvelles technologies y employées sont souvent le 3D, le géolocalisation et la réalité augmentée. Les derniers jours, j'ai découvert la "réalité superposée" inventée par l'équipe Sky Boy au Salon Mondial du Tourisme. Après télécharger l'application sur notre téléphone

mobile, en pointant son Smartphone devant lui, l'utilisateur se retrouve immergé dans une histoire qui se déroule à l'endroit exact où il se situe et à 360° autour de lui. Il est ainsi plongé au cœur d'une expérience où réalité et virtualité se superposent.

A cause de toutes ces technologies de la réalité virtuelle, est-ce que le regard du touriste est changé ? Est-ce qu'il donne une nouvelle influence de l'authenticité de mis en scène ? Est-ce qu'il peut faire éloigner les touristes de la "coulisse" pour qu'ils ne puissent pas déranger la culture locale, mais en même temps rendre l'accès plus directement à la scène ? Est-ce qu'il y aura des changements d'interaction entre les locaux et les touristes ?

3) Problématique de mon projet de thèse

La problématique pourrait être énoncée ainsi :

« Comment établir un modèle statistique d'évaluation de la compétitivité d'un(e) site/ville patrimonial(e) et culturel(e) auprès des touristes chinois ? »

Il existe déjà des modèles qui peuvent mesurer la compétitivité de villes innovantes. Par exemple, en 2006, le projet Living Lab qui a été lancé en Europe. Ce programme avait pour objectif de fédérer des initiatives locales, pour qu'elles puissent agir et développer leurs initiatives en réseaux. Ces initiatives sont plus particulièrement liées aux technologies de l'information, qui correspondent à mon sujet. En 2009, Dubuque est devenue la première Smart City aux Etats-Unis.

Mon travail consiste à choisir les facteurs associés aux touristes étrangers, et à ajouter ceux qui sont liés aux visiteurs chinois.

I.D/ Projet pratique : une plateforme B2B franco-chinois (partielle, selon l'Accord de confidentialité)

Parallèlement à la réalisation de la thèse qui relève plutôt d'une démarche théorique, un autre projet est de créer une plateforme qui collecte les données des sites et des villes pour analyser leur compétitivité.

1) Description du projet

Cette idée de plateforme touristique B2B (Business to Business) m'est apparue à l'occasion de mon travail de réflexion sur le Château de Fontainebleau. C'est une plateforme B2B pour les sites français et les professionnels touristiques chinois (surtout les Online Travel Agency, tour-opérateurs, agences de voyage sur mesure et des clubs). Il est possible de coopérer avec des entreprises qui obtiennent les Big data des touristes chinois.

2) Concurrence

Selon les articles des médias chinois, en octobre 2016, Ctrip (l'OTA le plus important en Chine) a annoncé une convention stratégique de coopération B2B avec trois grandes agences chinoises locales (Seagull holiday, Itour, Tours for fun) aux Etats-Unis. Voici deux exemples de plateformes B2B (entre les agences réceptives et les agences en Chine, qui travaillent pour des groupes de touristes).

En février 2017, une alliance d'agences réceptives (locale) est fondée, avec quatre-vingtaine agences d'Australie, des Etats-Unis, du Canada, du Japon, de Russie et de France. Leur but est de regrouper les agences réceptives chinoises, qui se situent à l'étranger, pour intégrer la chaîne d'approvisionnement.

Une autre alliance HQLM Tour est en train de se développer aussi. Elle veut regrouper toutes les agences réceptives du monde. Maintenant, les destinations clés sont le Nord Amérique, le Sud-est Asie et la Chine.

En fait, en 2016, beaucoup de plateformes B2B ont fait faillite car elles n'ont pas réussi à décrocher de subventions par les investisseurs.

Ce sont des concurrents potentiels, parce que les professionnels chinois peuvent préférer travailler avec des agences parce qu'elles ont plus de ressources, cela est plus efficace. Mais notre plateforme se différencie parce qu'on regroupe directement les destinations. Ainsi, pendant ma visite en Chine pour le contact du Château de Fontainebleau, les agences m'ont beaucoup apprécié car il n'y avait pas d'intermédiaires entre eux et le site destinataire (Château de Fontainebleau).

3) Le développement

Quatre étapes pour développer le marché en France

- 1) La couverture du marché : solliciter le plus grand nombre de sites français à ouvrir un compte sur la plateforme;
- 2) La transmission : encourager les sites français à utiliser ce compte
- 3) La répétition : inciter les sites français à l'utilise régulièrement
- 4) La pénétration : solliciter les sites français qui seraient décidés à passer toutes leurs commandes de chinois sur cette plateforme.

II. Projet collectif

II.A/ Introduction du projet collectif

Le projet collectif de notre promotion était de monter une exposition. Nous avons suivi trois cours dans l'unité "Projet tutoré" : "Conception de projet", "Le projet informatique à contenu historico-patrimonial" et "Ateliers (fundraising, networking, benchmarking, montage de dossiers)" qui nous ont guidé à organiser une exposition de A à Z.

Le travail a été divisé en trois parties : la décision du thème et la rédaction du texte de l'exposition, la mise en ligne des informations sur l'exposition, et le montage.

Suite à la proposition de notre professeur, nous avons choisi le thème "Paris souterrain". Après un vote, le nom d'exposition a finalement décidé comme "Paris sous nos pieds". Trois groupes ont été formés pour la rédaction du texte sur trois sujets : le métro, les carrières et les réseaux d'eau. Je me suis inscrite dans le premier groupe. Un petit groupe avait aussi comme mission de contrôler le déroulement de ce projet.

A part de la rédaction des trois sujets, un autre travail important consistait à concevoir la

communication sur Internet. Nous avons établi un site web¹⁸ avec Wix, ouvert des comptes sur Facebook, Twitter et Instagram. Je me suis occupée du référencement de notre site web.

Enfin, un dossier de presse et des panneaux ont été préparés. Après une journée de montage, le vernissage de l'exposition a eu lieu le 20 mai dans le centre Malher de l'Université Panthéon-Sorbonne.

II.B/ Présentation de la contribution personnelle dans ce projet

Monter une exposition n'est pas un travail facile. Par ailleurs, notre groupe qui travaillait sur le métro était le plus difficile à gérer puisqu'il était le groupe le plus nombreux. Le contrôle du nombre de personnes présents pendant la réunion, la répartition de travail, le moyen de décision et de supervision... toutes ces questions devaient être résolues... Heureusement, j'ai eu de la chance de travailler avec une équipe consciencieuse et efficace. En affrontant plein de difficultés, nous les avons résolues avec patience, modestie et intelligence.

1) travail d'écriture

Parmi les travaux de première étape “la décision du thème et la rédaction du texte sur l'exposition”, j'ai participé à la rédaction de cahier des charges et d'évolution du tarif et des billets du métro. Dans le cahier des charges, j'ai rédigé le chapitre sur les “Contraintes techniques (de notre site web)” (voir annexe A/ Contraintes techniques) car à ce moment-là, je cherchais la façon d'établir un site pour mon projet de plateforme franco-chinoise. Grâce à ce travail, j'ai réalisé la procédure de l'utilisation du socle Wix, en raison de ses grandes capacités d'aider les utilisateurs qui sont ni programmeurs ni informaticiens. Mais j'ai découvert également les contraintes de ce socle. Donc, j'ai appris aussi comment établir un site en achetant un nom de domaine par “US Domain Center”. Finalement, j'ai reconnu qu'il fallait héberger notre plateforme sur un serveur qui se situe à Hong Kong afin de faciliter les connections entre la France et la Chine.

¹⁸ <https://parissousnospieds.wixsite.com/parissousnospieds>

2) Le référence du site web

Le travail de référence du site web m'a posé des problèmes car je n'avais pas vu avec quel site je peux échanger le lien de notre site. Une fois, en communiquant avec un professeur qui dirige un site au sujet des science et techniques, je me rendu compte que je pouvait proposer cet échange. Le professeur a donné l'autorisation tout de suite, et même a écrit un article pour présenter notre exposition. Pour le remercier, notre avons évoqué le site géré par ce professeur sur notre réseaux sociaux, et je l'ai invité au vernissage de notre exposition. Quelques jours après, notre site web est monté au premier sur Google : cela est le résultat attendu d'échanger les liens avec d'autre site d'extérieur.

3) La communication du site web

En dehors de ces tâches, j'ai aussi contribué à la promotion de notre exposition. Pendant une visite organisée par la promotion du “Guide-conférencier” du CNAM, j'ai visité l'association “Sauvegarde et Mise en valeur du Paris historique” qui se situe près du Centre Malher : elle a pour mission de protéger et de sauvegarder les quartiers. Cela m'a donné l'idée de mettre à sa disposition notre exposition parce que sa mission correspondait parfaitement à notre sujet. J'ai contacté le président de cette association. Mais la réponse n'était pas favorable parce que l'association “utilise exclusivement ses espaces pour ses propres expositions, dès lors qu'il s'agit de sensibiliser le grand public à la défense d'un patrimoine parisien menacé”.

II.C/ Conclusion du projet collectif

Le projet collectif m'a aidé à aquérir les connaissances relatives au montage d'une exposition, à voir l'effet de la communication sur internet et de travailler en groupe. Il m'a donné des idées pour mes autres travaux comme l'établissement de la plateforme, pour l'organisation d'une exposition franco-chinoise. Pendant ma visite de la Cité Interdite à Pékin cet été, le Directeur du Département Conservation et Technologie m'a conseillé de réfléchir sur un projet franco-chinois au sujet des meubles anciens. J'espère que cela pourra se réaliser ultérieurement...

Conclusion

Dans ce chapitre, je vous ai présenté mes projets de recherche et de pratique selon des analyses de la situation actuelle de l'ère numérique, et les travaux réalisés avec mes camarades sous la direction de notre professeur qui renforcent mes connaissances.

Dans le projet personnel, j'ai fait des recherches dans le domaine de la culture, du patrimoine et du tourisme pour trouver que vers quelle piste je peux me diriger la carrière ; dans le projet collectif, j'ai appris la construction d'un site web, qui va m'aider pour l'établissement de mon propre site : la plateforme touristique B2B entre la France et la Chine.

J'ai décidé de réaliser une thèse dans le domaine du tourisme, au sujet de la compétitivité des destinations touristiques (des villes et des sites touristiques) en France, particulièrement qui ont un lien fort avec la culture ou le patrimoine. Le but de ce choix est d'un côté pour mieux connaître le marché et les besoins en France, d'autre côté est pour garder un lien étroit avec des professionnels du tourisme, de la culture et du patrimoine.

L'idée d'établissement de la plateforme est en base des besoins de la communication entre les destinations françaises et les professionnels du tourisme en Chine. L'analyse concurrentiel montre qu'il y a de la possibilité de fonder cette plateforme franco-chinoise.

Bibliographie

Anne Doquet, Olivier Evrard, « Introduction », *Civilisations* [Online], 57 | 2008, Online since 29 December 2008, connection on 12 March 2017. URL :

<http://civilisations.revues.org/866> ; DOI : 10.4000/civilisations.866

Benjamin Taunay, « Comment les Chinois sont-ils devenus touristes ? », dans G. Brougère et G. Fabbiano (dir.), *Tourisme et apprentissages*, Actes du colloque de Villetaneuse (16-17 mai 2011), Villetaneuse, EXPERICE – Université Paris 13, [En ligne], mis en ligne le 02 février 2012. URL : <https://experice.univ-paris13.fr/actes-coll01/taunay/>

Bertrand Réau, « Les Français et les vacances : Sociologie des pratiques et offres de loisir », CNRS, 12 mai 2011, 235 p.

Château de Fontainebleau, 2014, Rapport d'activité 2010, 2014

Cohen E. , Authenticity and commoditization in tourism[J]. *Annals of Tourism Research*,1988,15(3): 341-386.

Cole S. , Beyond authenticity and commodification[J] *Annals of Tourism Research*,2007

Dennison Nash, « *Anthropology of Tourism* », Elsevier Science Ltd , 1996.

Du Lili, « L'évolution du mot français <patrimoine> », *Patrimoine Culturel*, 2015.3, pp.13-18

Halewood C. « Viking heritage tourism authenticity and commodification » [J]. *Annals of Tourism Research*. 2001,28(3): 565-850.

Jafari ,J. « Tourism Models : The Sociocultural Aspects »[J] . *Tourism Management* ,Vol. 8 ,1987 , (2) 1

James Lett , Epilogue , « *In Hosts and Guests : The Anthropology of Tourism* » (2nd ed.) [M] , Philadelphia , PA: University of Pennsylvania Press , 1989.

Jensen T E. « Techno-anthropology —A New Move in Scienceand Technology Studies » [J].*STS Encounters*,2013,5(1):1 21.

Li X. *Chinese Outbound Tourism 2.0* [M]. Oakville: Apple Academy Press, 2016: 1 - 11

MacCannell D; Zhang Xiaoping trans. « The Tourist. "A New Theory of the Leisure Class » [M].Guilin: Guangxi Normal Universitypress,2008.

- McIntosh A J.** « Affirming authenticity consuming cultural heritage » [J]. *Annals of Tourism Research*, 1999, 26(3): 589—612.
- Mihail C. Roco, William Sims Bainbridge,** « Converging Technologies for Improving Human Performance : Nanotechnology, Biotechnology, Information Technology and Cognitive Science » , Kluwer Academic Publishers, 2003
- Naomi Leite et Nelson Graburn,** « L'anthropologie pour étudier le tourisme », *Mondes du Tourisme* [En ligne], 1 | 2010, mis en ligne le 30 septembre 2015, consulté le 30 septembre 2016. URL : <http://tourisme.revues.org/316> ; DOI : 10.4000/tourisme.316
- Nelson Graburn** , « To Pray , Pay , and Play : The Culture Structure of Japanese Domestic Tourism [M] » , Aix - en - Provence , Centre des Hautes Etudes Touristiques , 1983.
- Nelson Graburn** , « Tourism : The Sacred Journey , In Hosts and Guests : The Anthropology of Tourism (2nd ed.) » [M] , Philadelphia , PA: University of Pennsylvania Press , 1989.
- Nelson Grabum, Zhao Hongmei tran.** « Anthropology and the Age of Tourism » [M]. Guilin : Guangxi normal university press, 2009. 115—123.
- Pfaffenberger B. Fetishised** « Objects and Humanised Nature : Towards an Anthropology of Technology » [J]. *Man, New Series*, 1988, 23(2): 236-252.
- Sally NESS,** « Where Asia Smiles: An Ethnography of Philippine Tourism », University of Pennsylvania Press, 2003.
- Sherry Turkle,** « Life on the Screen : Identity in the Age of the Internet » [M] New York: Simon and Schuster, 1995
- URRY J. et LARSEN J.,** « The Tourist Gaze 3.0 », Los Angeles-Londres-New Delhi-Singapour-Washington, 2011, Sage, 282p.
- Vermeulen, I.E., Seegers, D.** « Tried and tested: The impact of online hotel reviews on consumer consideration » [J]. *Tourism Management*, 2009, 30 (1)
- Wang Ning.** « Tourism, modernity and ambivalence: An exploration of tourism sociology » [J]. *Sociological Research*, 1999, (6) : 93 - 102
- Wang Ning.** « Rethinking authenticity in tourism experience » [J]. *Annals of Tourism Research*, 1999, 26(2): 346—362.
- Wilson S M, Peterson L C,** *the Anthropology of Online Communities. Annual Review of*

Anthropology,2002,31: 449 — 467.

Zou, Luo et Xiang, « INVOLVEMENT INFORMATION DIFFERENCE ON PRE- VISIT DESTINATION IMAGE FORMATION » [J] . ECONOMIC GEOGRAPHY,2010,30 (8)

Rabinow, P. 1986. « Representations are social facts Modernity and post-modernity in anthropology »

LI Yanlin, DAI Pingjuan, Evaluation of tourism competitiveness of Chinese smart tourism city HUANG Song, ACTA GEOGRAPHICA SINICA, Vol.72, No.2, February, 2017

Michael Batty, Big data, smart cities and city planning, University College London, UK, Dialogues in Human Geography, 3(3) 274–279, The Author(s) 2013, DOI: 10.1177/2043820613513390, dhg.sagepub.com

Sitographie

Planetoscope - Statistiques : Nombre de touristes dans le monde, consulté 2017/02/25, <http://www.planetoscope.com/tourisme/414-nombre-de-touristes-dans-le-monde.html>

Paris sous nos pieds, <https://parissousnospieds.wixsite.com/parissousnospieds> , consulté 2017/07/25

Global League Tour, <http://www.hqlmtour.com/>, consulté 2017/07/23

Table des illustration

Figure 1 : l'utilisation d'une tablette dans un musée, 2017 101

Table des tableaux

Tableau 1 : Source des graphiques : UNWTO - Global Blue - CNTA, 2014 97

Tableau 2 : Conception de Benjamin Taunay (2011) à partir du graphique de Sacareau et Vacher (2004) 98

Tableau 3 : D'où viennent nos touristes chinois ? Atout France, 2016 99

Annexe

A/ Contraintes techniques

Le nom de domaine sera <http://www.parissousnospieds.fr/>.

Les éventuelles technologies imposées comprennent les parties suivantes :

- langage : français
- le socle du site : Wix (HTML5)

Wix est un socle facile à prendre en main grâce sa technologie intuitive de glisser-déposer et son App Market. Nous pouvons remplacer facilement les rubriques avec nos propres éléments, car il ne nécessite pas de connaissance préalable en programmation ou en design. L'autre avantage est qu'il est gratuit et que nous n'avons pas besoin de demander à un autre prestataire de prendre en charge l'hébergement. Notre site est compatible avec les navigateurs communs tels que Chrome, Safari, Firefox, IE (6.0 minimum), Opera, Android, UC Browser. En outre, grâce à l'éditeur de site Wix, nous pouvons consulter le site sur appareil mobile. Pour finir, le site est facilement connecté avec les réseaux sociaux comme facebook, twitter, instagram, pinterest et capable d'accueillir le nombre de visiteurs que nous avons estimés. Les bases de données doivent être suivies pour analyser et améliorer le site.

B/ Évolution du tarif et des billets

Parler du métro nous oblige à aborder la question du prix du billet.

Le ticket de métro est né avec l'inauguration de la première ligne de métro (métro ligne 1) le 19 juillet 1900. Son tarif, son échelle et sa forme ont ensuite changé en fonction du développement de la société.

Aujourd'hui ce sont plus de 500 millions de tickets qui sont vendus à l'année que ce soit à l'unité, ou en carnet. Au moment de la construction du métro, le ticket se vendait essentiellement à l'unité et proposait 3 tarifs aux voyageurs avec différentes couleurs : les aller-retour vendus 20 centimes (et remplacés en août 1941 par la « carte hebdomadaire de travail », elle-même fournie pour la somme de dix francs), les billets de seconde classe vendus 15 centimes et les tickets de première classe fournis au même prix que les tickets

aller-retour. Les tickets de métro suivaient donc, à l'origine, la même logique que les billets de train actuels.

Vingt-cinq ans plus tard, et utilisée pendant cinquante-cinq ans, une règle dite « d'alphabet tarifaire » est instaurée pour anticiper les éventuelles augmentations du ticket tandis qu'en 1948, les familles pouvaient profiter de tarifs réduits en raison du Baby Boom.

C'est en 1975 que le principe « d'alphabet tarifaire » s'achève et qu'est créée la Carte Orange qui amorce la période de changement du déplacement dans la capitale. La carte Orange ouvre la voie, en 2001, au lancement du Passe Navigo qui annonce la dématérialisation du ticket. Le 1^{er} août 2003, le prix du plein tarif atteint 1 euro tandis qu'en 2007, la création du Ticket t+ permet d'utiliser les tickets de métro pour prendre le bus. En 2011, le prix unitaire du ticket dans un carnet augmente de vingt centimes. Enfin, aujourd'hui, pour circuler en métro dans la capitale le voyageur doit déboursier 1,80 euros pour un ticket simple.

Titre

La recherche et la conservation du patrimoine aux niveaux techniques, historiques et touristiques

Résumé

Le “patrimoine” est une conception qui prend de plus en plus d’ampleur dans notre monde moderne. Ce mémoire analyse ce concept sous plusieurs angles. Sous son aspect technique, il découvre un processus de patrimonialisation dans l’artisanat de la laque. A travers les histoires de deux pays considérés, la Chine et la France, l’auteure observe une transmission de l’apprentissage dans des différents contextes : culturel, économique, géographique et technique... D’un autre angle, il décrit un travail interculturel réalisé au sein d’un monument historique : le Château de Fontainebleau. Il montre les différentes manières de conserver et d’exploiter un patrimoine au niveau mondial. Un rapport de ce travail présente des mesures détaillées à prendre pour améliorer l’accueil et augmenter le niveau de satisfaction des visiteurs d’un pays émergent, la Chine, tout en valorisant le château et la culture française à un niveau global.

Ensuite, le mémoire indique des projets franco-chinois qui favoriseront les échanges touristiques pour les destinations culturelles et patrimoniales en France: l’établissement d’une plateforme B2B (*business to business*) qui servira aux professionnels du tourisme, d’un modèle statistique qui analysera la compétitivité touristique des destinations françaises grâce à de nouvelles technologies numériques, et l’idée d’organiser une exposition sur des meubles anciens.

Ce travail offre non seulement une analogie des patrimoines chinois et français sur la fabrication des laques, mais aussi une invitation à les découvrir dans chacun des deux pays.

Title

Research and conservation of heritage on its technical, historical touristic aspects

Abstract

The "heritage" is a notion that has more and more extension. This paper tries to analyze this concept from several angles. From the point of view of technique, it discovers a process of patrimonialization in a craft of lacquer. Through the history of two countries: China and France, it sees a knowledge transmission in different cultural, economic, geographical and technical contexts ... From another angle, an intercultural work carried out in a monument : Château de Fontainebleau, shows how to preserve and exploit a world heritage. A report of this work presents measures in detail intended to welcome and increase the level of satisfaction of visitors from an emerging country, China, at the same time to develop the castle and French culture in a global level. Also, the paper marks several Franco-Chinese projects in order to promote tourist exchanges for cultural and heritage destinations in France: a B2B(business-to-business) platform for tourism professionals, a statistical model for analysis of tourist competitiveness of French destinations based on new technologies, and an idea to organize an exhibition about old furniture.

This work is not only a presentation of fragmentary heritages in France, but also a tool for the discover of China and Chinese.

Mots-clés : patrimoine, technique et histoire de laque, transmission de l'apprentissage, Château de Fontainebleau, marché chinois, valorisation, interculturel, plateforme B2B, modèle statistique, compétitivité touristique, nouvelles technologies

Keywords : heritage, technique and history of lacquerware, knowledge transmission, Château de Fontainebleau, Chinese market, valorization, intercultural, B2B platform, statistical model, tourism competitiveness, new technologies