

L'Histoire au service du territoire de projet: l'exemple du Pays Cathare¹

François Aussaguel

Cartographe/Géomaticien

Bureau d'Etudes Urbanisme & Territoires (Montpellier)

francois.aussaguel@hotmail.fr

Résumé

Initié à l'aube des années 1980 dans un contexte de crise de la modernité, le concept territorial "Pays Cathare" se structure autour d'un thème culturel fédérateur: le catharisme, et va avoir pour finalité une politique culturelle qui vise à restructurer l'espace local, notamment l'arrière-pays audois. En se positionnant à l'échelle locale, la construction territoriale doit être envisagée à la lumière non seulement des pratiques et des actions mais également en terme d'idéalité, ce qui amène à prêter attention aux discours, vecteur prépondérant dans le processus territorial et la prise de décision publique. L'idéologie territoriale apparaît ainsi comme un système de discours signifiants qui enveloppe l'espace pour l'agencer en territoire et en produire une expression harmonieuse. Elle va stabiliser les représentations spatiales des acteurs dans un ensemble de matériaux divers dès lors aisément communicable. Cette idéologie territoriale est sous-jacente dans le discours du politique, empreint de géographicit , où la relation mélodique à un espace est prégnante, s'inscrit dans un espace-temps d'actions, de projets et de pratiques.

Mots clés: administration locale, image touristique, territoire vécu.

1. Résumé du mémoire de master 2 recherche en géographie réalisé en 2007 à l'Université Paul Valéry de Montpellier sous la direction de Dominique Crozat.

Resum: *La història al servei del territori de projecte: l'exemple del País Càtar*

Aparegut a l'inici dels anys 1980 en un context de crisi de la modernitat, el concepte territorial "País Càtar" s'estructura al voltant d'un tema cultural unificador: el catarisme, i tindrà com a finalitat una política cultural que pretén reestructurar l'espai local, en particular el rerepaís del departament de l'Aude. Posicionant-se a escala local, la construcció territorial s'ha de considerar a la vista no només de les pràctiques i actuacions sinó també en termes d'idealitat, el que duu a prestar atenció als discursos, vector preponderant en el procés territorial i la presa de decisió pública. La ideologia territorial apareix així com un sistema de discursos significants que embolcalla l'espai per a disposar-lo com a territori i produir-ne una expressió harmoniosa. Ve a establitzar les representacions espacials dels actors en un conjunt de materials diversos, que esdevenen fàcilment comunicables. Aquesta ideologia territorial és subjacent en el discurs polític, marcat de geograficitat, on la relació melòdica a un espai té un sentit, s'inscriu en un espai-temps d'actuacions, projectes i pràctiques.

Paraules clau: administració local, imatge turística, territori viscut.

Resumen: *La historia al servicio del territorio de proyecto: el ejemplo del País Cátaro*

Aparecido al inicio de los años 1980 en un contexto de crisis de la modernidad, el concepto territorial "País Cátaro" se estructura en torno a un tema cultural unificador: el catarismo, y tendrá como finalidad una política cultural que pretende reestructurar el espacio local, en particular el interior del departamento del Aude. Posicionándose a la escala local, la construcción territorial debe considerarse a la vista, no sólo de las prácticas y actuaciones, sino también en términos de idealidad, lo que lleva a prestar atención a los discursos, vector preponderante en el proceso territorial y en la adopción pública de decisiones. La ideología territorial aparece así como un sistema de discursos significantes que envuelve el espacio para disponerlo como territorio y producir una expresión armoniosa. Viene a estabilizar las representaciones espaciales de los actores en un conjunto de materiales diversos, que resultan fácilmente comunicables. Esta ideología territorial subyace en el discurso político, marcado de geograficidad, donde la relación melódica a un espacio tiene un sentido, se inscribe en un espacio-tiempo de actuaciones, proyectos y prácticas.

Palabras clave: administración local, imagen turística, territorio vivido.

Abstract: *History for a territorial project: the example of the "Pays Cathare"*

The territorial label "Pays Cathare" appeared in the early 1980, in a moment of crisis of modernity, structured around a cultural unifying concept: *catharism*. Its goal would be restructuring the local space in the French Department of Aude through a specific cultural promotion. The local construction of a territorial identity is based on the public discourses which are the basis in the decision making processes. The territorial ideology appears, therefore, as a set of meaningful discourses involving a particular space to present it as a unifying territory with balanced expression. This territorial process creates easy

communicable representation by using the sum of all the spatial actors involved. This territorial ideology lies behind the geographically marked political discourse, giving sense to the space and time projects and practices.

Keywords: local administration, tourist image, lived territory.

* * *

Dans une France rurale en permanente recomposition, un Sud émerge. Là, se dessinent les contours d'une terre rocailleuse enlacée entre liseré méditerranéen, plissement pyrénéen et contrefort de la Montagne Noire. Dans ce décor méridional imprégné de soleil, campent des abbayes au cœur des terroirs viticoles. Sur des crêtes laminées par l'érosion éolienne, se dressent des châteaux, poussières d'Ancien Régime. Ces vestiges du monde médiéval, situés dans l'espace de vie où s'est ancré le catharisme, ont traversé l'histoire pour jalonner un nouveau territoire contemporain: le *Pays Cathare*. Les prémisses du concept territorial "Pays Cathare" remontent à l'aube des années quatre-vingt et ont émergé dans le département de l'Aude. Chômage, déclin des activités textiles et des petites industries traditionnelles, désertification rurale sont autant de maux modernes qui mettent à mal cette région (Garcia, 2003). Pour tenter de conjurer la récession, le département possède un atout qui mérite d'être mis en valeur: sa densité historique liée au catharisme. Le Conseil Général de l'Aude se fixe pour objectifs de réinjecter du dynamisme dans un arrière pays qui tombe en désuétude, de soutenir une viticulture encore et toujours en proie au marasme économique et de combler "un défaut d'identité du territoire" (Garcia, 2003). Les ressources patrimoniales que le département de l'Aude possède vont permettre d'enclencher un mécanisme de construction du territoire via un réseau d'acteurs locaux hétéroclites orchestré par le Conseil Général (Dedieu et Genieys, 1998). La redéfinition de l'histoire locale devient le leitmotiv, le "cadre cognitif légitime" (Garcia et Genieys, 2005) pour asseoir une politique de promotion du local, d'enrichissement culturel et d'épanouissement touristique. Notre réflexion géographique portera sur l'importance de la prise en compte de la construction discursive du territoire. Il s'agit de porter notre regard sur la façon dont les acteurs politiques ont agencé et façonné l'espace local qui devient le cadre d'action pour construire et réifier le concept territorial de "Pays Cathare".

Bref rappel sur le catharisme

Au début du IX^{ème} siècle, le catharisme, un courant religieux hétérodoxe condamné par l'Eglise catholique, se diffuse en Europe occidentale (Italie du

Nord, Rhénanie, Champagne, Flandre, et Occitanie), avec des particularités selon le contexte socio-économique des zones géographiques à laquelle il appartient (Gouzy, 2004). En terre occitane, la permissivité de la société méridionale permet aux cathares ou “albigeois” de se développer et de s’intégrer. Le catharisme est toléré par les caciques locaux et peut se structurer en un réseau dense d’évêchés, notamment au sein du comté de Toulouse et des vicomtés d’Albi, Carcassonne et Béziers (Brenon, 1996). Afin de pallier l’hérésie, l’Eglise catholique va mettre en place une stratégie de répression et commence à poursuivre et à condamner les cathares avec l’organisation d’une croisade (1209-1229) et la création du tribunal de l’inquisition. Le dernier cathare sera brûlé dans l’Aude en 1321 à Villeroque Terme (Brenon, 1996).

Le concept territorial de “Pays Cathare”

Le “Pays Cathare” est un concept politique pensé par des élus locaux² qui ont été capables d’intégrer les nouveaux pouvoirs décentralisés en créant un réseau d’acteurs au service d’un objectif commun: sortir l’arrière-pays de l’asphyxie économique “on faisait du développement local sans le savoir!”, souligne un acteur³ du projet. Le but est de coordonner les compétences pour travailler et valoriser le substrat patrimonial cathare afin d’en tirer la “substantifique moelle” historique qui nourrira le développement touristique et économique.

Le recours à l’histoire locale appelle à réveiller un sentiment identitaire chez des acteurs justement locaux, le lien d’un passé commun qui “cimente” la capacité d’action collective est ce qui fait du concept de “Pays Cathare” un outil de développement qui “contribue à construire un monde intelligible, des représentations de l’histoire et du territoire” (Garcia et Genieys, 2005). Profitant de la nouvelle marge de manœuvre qu’offrent les lois Defferre sur la décentralisation, les élus locaux vont mettre en chantier tout le potentiel, à forte teneur identitaire, patrimoniale et historique inhérent au catharisme. Ce contexte sociopolitique est un facteur majeur pour la réalisation du projet “Pays Cathare”. Il entraîne une nouvelle configuration pour le pouvoir et le développement local (Garcia et Genieys, 2005) et de fait, accentue fortement le rôle et la dynamique de l’acteur local et de son territoire qui devient “une scène où se jouent des représentations en plusieurs actes” (Gumuchian *et al.*, 2003).

Le Conseil Général met en place des structures associatives qui vont agir en tant que cellules réflexives pour penser cette politique de développement,

2. Essentiellement le conseil général de l’Aude et son président de l’époque Monsieur Robert Capdeville (également président de la région Languedoc-Roussillon).

3. Mr Aléon, responsable de la culture et du patrimoine au Conseil Général de l’Aude, acteur du projet depuis le début des années quatre-vingt.

ainsi que pour effectuer tout le travail d'évaluation du patrimoine et de relecture de l'historiographie cathare (le Centre National d'Etudes Cathares à joué un grand rôle). Le projet au départ était interdépartemental. Certes l'Aude possède le plus de sites, mais l'Hérault avec Minerve et l'Ariège avec Montségur sont des hauts lieux indéniables du catharisme. Mais faute de consensus sur la mise en œuvre, on assiste à une "départementalisation" du projet (Garcia et Genieys, 2005).

Le programme "Pays Cathare" est conforme aux critères européens pour obtenir une aide via la politique des fonds structurels objectif 1 ("aider les régions en retard de développement") et objectif 5b ("favoriser le développement des régions rurales") et via le programme LEADER (Liaison Entre les Actions de Développement de l'Economie Rurale). Tout le travail cognitif, d'évaluation patrimoniale, de prospective territoriale, de faisabilité, de sensibilisation des élus locaux a été prépondérant aux yeux de Bruxelles dans l'acceptation de cette politique de développement (Garcia et Genieys, 2005).

La construction du projet s'étale sur plus de vingt ans et le rapport au territoire est au centre du concept "Pays Cathare". Il se traduit par un maillage induisant la mise en réseau des lieux patrimoniaux et l'affiliation des forces vives du département autour du label "Pays Cathare" qui doit engendrer le développement d'une filière et de son territoire. Cette mobilisation doit encourager une implication des populations rurales dans l'action de développement, et faire émerger un collectif d'*acteurs territorialisés* c'est-à-dire "tout homme ou toute femme qui participe de façon intentionnelle à un processus ayant des implications territoriales" (Gumuchian *et al.*, 2003, p. 110). Au regard de la fabrication du "Pays cathare", il en ressort le rôle essentiel de l'action dans la construction matérielle et idéelle du territoire. Elle sera impulsée par l'épaisseur identitaire inhérente au patrimoine culturel cathare, structurant pour chaque acteur sa représentation de ce que doit être le "Pays Cathare", ce qui peut faire émerger des clivages dans le processus de création collective de l'image du territoire que l'on veut offrir au monde. Bon gré, malgré les acteurs arrivent à trouver un consensus pour construire une idéologie commune à projeter dans l'espace du département.

La territorialisation du concept "Pays Cathare"

Le concept territorial "Pays Cathare" se réifie grâce à une dynamique initiée par une politique de développement local qui s'articule progressivement avec le lancement de la marque "Pays Cathare" et la mise en tourisme des lieux patrimoniaux. Chaque lieu étant complémentaire, les visiteurs doivent suivre ce réseau de tourisme culturel afin de reconstituer l'histoire du catharisme. La notion de patrimoine comporte deux dimensions: la dimension matérielle (monuments) et la dimension idéelle qui se caractérise par "les modèles et les

valeurs qui constituent la base de l'identité culturelle d'un groupe ou d'une société" (Amirou, 2000, p. 23).

La politique de valorisation mise en place par le programme "Pays Cathare" articule cette double dimension du patrimoine pour renforcer la spécificité et l'attractivité touristique du territoire en travaillant son image autour des sites monumentaux (châteaux et abbayes) et des produits traditionnels issus des terroirs audois (gastronomie, artisanat).

Les sites-pôles

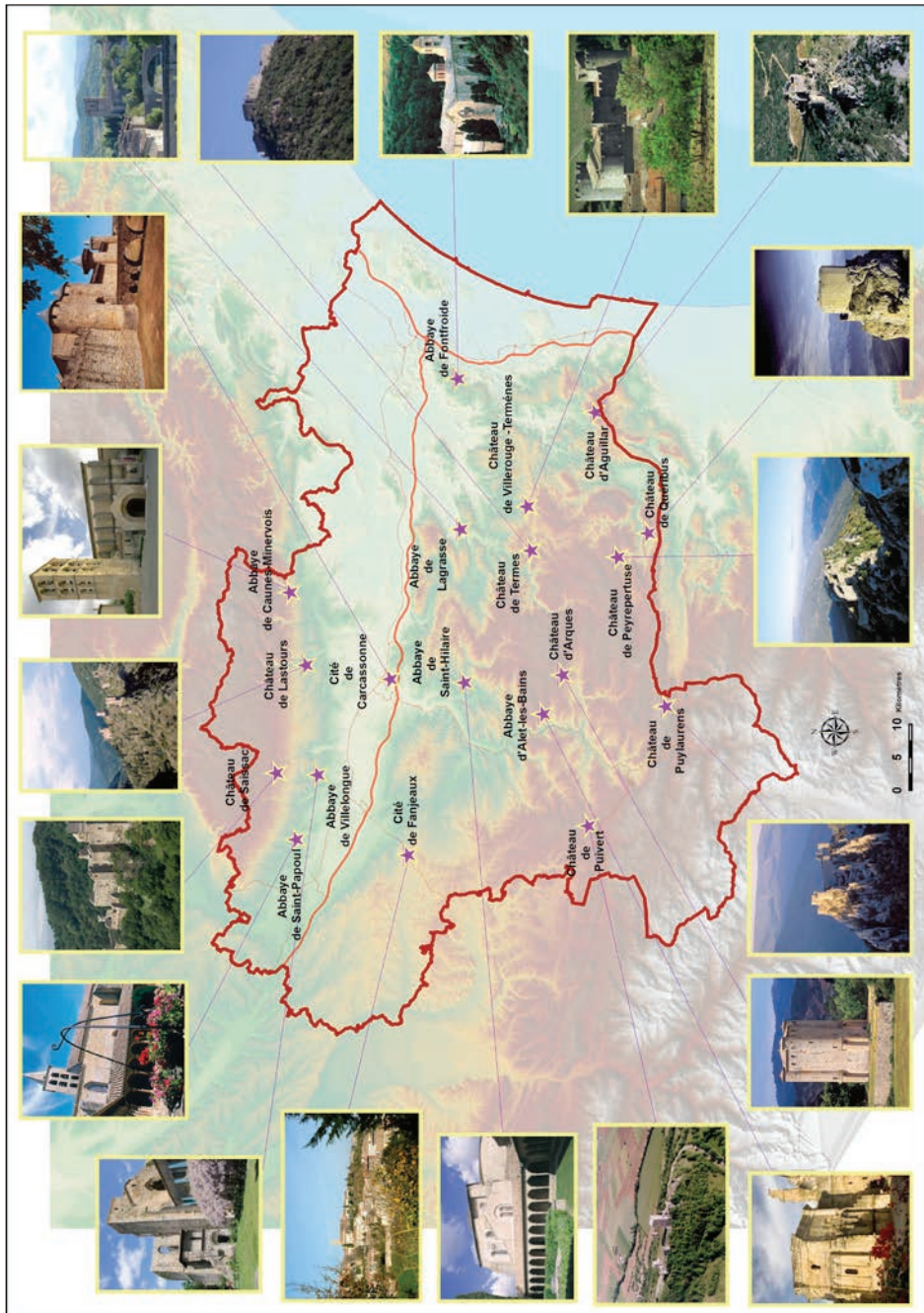
Le patrimoine monumental que recèle l'Aude prend la forme des vestiges médiévaux liés de près ou de loin à l'histoire du catharisme (Brenon, 1996), notamment les châteaux qui ont la particularité d'encenser les imaginaires spatiaux, ils sont la pierre angulaire des représentations que les touristes se font du catharisme. Cette représentation reliant le catharisme avec les citadelles royales destinées à surveiller la frontière septentrionale du royaume d'Aragon s'est constituée dans l'imaginaire collectif depuis le XIX^{ème} siècle. Elle est aujourd'hui re-produite, re-construite par les acteurs du projet "Pays Cathare" et se stabilise dans des lieux touristiques ou sites-pôles "qui [la] figent dans un énoncé au moins de façon provisoire, [...] qui devient dès lors communicable" (Debarbieux, 2003). Les sites-pôles (châteaux, abbayes, cités ou musées) sont les lieux patrimoniaux qui assurent l'armature du "Pays Cathare", ils sont au nombre de dix-neuf dans le département de l'Aude.

La marque "Pays Cathare"

Les mutations socio-économiques dues à un contexte de plus en plus mondialisé obligent les territoires à se positionner selon des principes d'avantages comparatifs qui se construisent notamment sur une différenciation (Benko, 1999). Cette différenciation est le résultat d'une identification à un particularisme local, qui associé aux produits ou aux services devient la vitrine du territoire. La notion de qualité est un potentiel supplémentaire pour la politique de développement qui va jouer la carte des terroirs. Images rassurantes d'enracinements, ils constitueront les pôles qualitatifs du territoire, labellisés et certifiés par la griffe "Pays Cathare" leur conférant ainsi des critères légaux d'authentification.

La marque "Pays Cathare" a été déposée à l'Institut National de la Protection Industrielle en 1991, elle se divise en trois catégories réticulaires et réunit plus de huit cents attributaires. Le réseau *tourisme* comprend: les auberges rurales, l'hôtellerie, la restauration, les gîtes ruraux, les chambres d'hôte, les fermes auberges et les autres sites touristiques hors patrimoine monumental médiéval du département; le réseau *services et métiers* regroupe: les métiers d'art, les guides culturels et les accompagnateurs équestres et pédestres, et enfin le réseau

Figura 1



Sources: IGN BD ALTI, Photos: Association des Sites du Pays Cathare (www.payscathare.org)

agro-alimentaire rassemble: les viandes et volailles, les vins, les légumes, les fruits, les fromages, l'eau minérale, le lait, le miel, pain et pâtisseries.

Nous allons maintenant nous intéresser à l'autre facette de la construction territoriale avec: la compétence discursive des acteurs

La construction discursive du “Pays Cathare”: du mythe à la ritournelle

Ce chapitre interroge la dimension performative des discours et des images dans la construction du territoire, il s'agit de présenter leurs rôles dans élaboration d'un projet collectif ainsi que leurs différents supports de diffusion et leurs modalités de communication. Quelque soit la forme que le discours endosse, du langage en passant par une maquette de projet ou bien d'un “paysage touristique” à une fête célébrant un produit et son terroir, il est toujours vecteur d'une idéologie territoriale que les acteurs décideurs cherchent à médiatiser.

La construction du territoire ne doit pas être considérée que dans sa dimension matérielle, il n'est pas seulement support de l'action des individus ou des groupes et doit être envisagé à la lumière non seulement des pratiques et des actions mais également en terme d'idéalité, ce qui amène à prêter attention aux discours, qui sont un vecteur prépondérant dans le processus de production territoriale: “le discours territorialisant a une double fonction; d'une part affecter du sens au support matériel, d'autre part insérer la matérialité au sein d'une idéologie particulière” (Gumuchian *et al.*, 2003, p. 108). La prise en compte de l'importance de la compétence discursive des acteurs, notamment des notables locaux, dans la réalisation du projet de territoire permet de saisir le sens donné à leurs actions à travers les formes variées d'énoncés qu'ils diffusent, ce que Michel Lussault appelle une *économie sémiotique*, qui s'étend “de la parole spontanée, jusqu'aux textes ou aux icônes les plus construits” (Lussault, 2000). L'émission de cette *économie sémiotique*, grâce à une stratégie de communication, vise à ce qu'une certaine idée du territoire, une vision collective et idéale, se propage dans toutes les strates de la société, elle va structurer les représentations et l'imaginaire des individus, et de fait aiguiller leurs actions (Di Méo, 1998). Le maniement des représentations par le pouvoir politique s'établit grâce à la production d'une série d'artefacts qui vont objectiver et médiatiser la représentation collective du territoire de manière *figurative* (logo, image, carte, icône, paysage, fête, lieux patrimoniaux, signalétique, brochure) et langagière (mythologie, authenticité) (Debarbieux et Poisat, 1999), à travers ce *système de signes et de symboles* (Debarbieux, in Staszak, 2001) mis en place, c'est l'expression de l'idéologie territoriale en action qui est donnée à lire à l'ensemble de la population.

La construction discursive du territoire, c'est donc un processus qui établit un système cohérent de discours signifiants, qui vise à l'appropriation idéelle

du territoire, pour cela il faut que les acteurs décideurs, créent une image idéale du territoire et donnent une identité aux lieux, en l'occurrence une identité cathare qui sera attribuée au patrimoine ainsi qu'aux produits et services labellisés. En suivant les pistes lancées par Dominique Crozat (2005, 2007), la notion de performativité, qui est la "propriété de la parole d'agir sur le monde et de le transformer" (Mondada, 2003), permet de saisir l'importance des images et des discours dans la production du territoire.

Les acteurs du monde politique local, à la base du projet "Pays Cathare", émettent un double discours: identitaire et endogène, pour structurer la population autour d'un projet et d'un territoire ainsi que pour attribuer une identité cathare aux lieux afin de légitimer le projet, et un discours promotionnel, pour le tourisme culturel, axé sur l'image de cette nouvelle identité cathare: "Aude Pays Cathare", symbole de l'authentique et de la qualité. Il en ressort l'émission d'une sémiotique de construction identitaire qui vise la population, les lieux et la production départementale, et parallèlement l'émission d'une sémiotique d'illusion identitaire qui vise à renforcer l'attrait touristique.

Dans le discours politique, l'utilisation du terme "cathare" est très faible et se substitue à l'emploi massif de la terminologie métaphorique "Pays Cathare" qui signifie à la fois le concept de développement local, le département (Aude Pays Cathare), la marque et l'espace où ont vécu les cathares (Garcia, 2002). L'imaginaire lié au mythe du catharisme et l'image de qualité et d'authenticité que l'on produit sur le "Pays Cathare" fabriquent une réalité territoriale qui se veut plus attractive que la simple dénomination audoise. Ainsi la répétition des termes "Pays Cathare" dans le discours émis par les acteurs politiques et les représentations qui lui sont associées, vont progressivement et inconsciemment imprégner notre esprit et re-construire le récit du territoire.

Les enjeux autour de la construction du site-pôle de Fanjeaux (Garcia, 2002), montrent comment le discours agit pour façonner l'identité d'un lieu. Le haut-lieu patrimonial est à la base du concept "Pays Cathare", son projet d'aménagement demande aux acteurs la mise en place d'instruments qui rendent lisible et cohérente les futures réalisations, être dans le projet territorial, c'est déjà être dans l'action constituée par le discours performatif:

"la pré-vision politique est, par soi, une pré-diction qui vise à faire devenir ce qu'elle énonce, elle contribue pratiquement à la réalité de ce qu'elle annonce par le fait de l'énoncer, de le prévoir et de la faire pré-voir, de le rendre concevable et surtout croyable et de créer ainsi la représentation et la volonté collective qui peuvent contribuer à la produire" (Bourdieu, 1982, p. 150).

La cité de Fanjeaux fut un haut lieu du catharisme où vivait Guilhabert de Castres un illustre prédicateur. Le Pape Innocent III décida l'envoi de Dominique de Guzman (futur Saint Dominique) dans la cité pour tenter d'évangéliser les hérétiques. Dominique s'installe donc à Fanjeaux, fonde le monastère de Prouille et s'affère à la tâche qu'il lui est dévolu. Son passage dans la

ville et le rôle des dominicains dans l'inquisition firent que l'Histoire retint de Fanjeaux une cité fortement imprégnée par l'identité catholique. La ville, ne possédant pas de vestiges de château ou d'autre monument visible liés de près ou de loin à l'histoire du catharisme, le patrimoine matériel à mettre en valeur pour la création du site-pôle est constitué du couvent des sœurs dominicaines, de la maison de Saint Dominique et du monastère de Prouille, situé à un kilomètre du village et abritant également des sœurs dominicaines. Le fait que le patrimoine de Fanjeaux soit "vivant" (présence de sœurs) pose dès lors le problème de l'attribution d'une identité cathare dans une optique touristique, à ces lieux ancrés dans le catholicisme. En effet, les dominicains ne vont pas se laisser faire et comptent bien avoir leur mot à dire dans la mise en place du projet de site-pôle et dans la production d'un discours sur des lieux, associés depuis le XIII^{ième} siècle, au catholicisme.

Ainsi ils vont s'insérer dans le programme pour ne pas être dépossédés de leur identité, mais aussi avec en filigrane l'idée que peut-être l'afflux touristique pourrait être bénéfique pour prêcher leur propre discours religieux (Garcia, 2002).

Ces tensions dans la constitution de l'identité des lieux, sont un point intéressant à développer dans l'analyse de la dimension performative des images et leur rôle dans la construction des territoires (Lussault, 1997). L'image comme composante du discours est "un système de signes médiatisant une relation de l'individu-acteur au monde" (Lussault, 2003), et de fait la construction d'une image de Fanjeaux basée sur la diffusion d'une identité cathare (souhait des acteurs politiques) relative au projet du site-pôle, pourrait être nuisible pour l'image catholique de la ville et au-delà pour l'Ordre des dominicains.

En effet, les religieux craignent de voir les cathares passer pour des "victimes" et eux pour des "bourreaux", "l'image est nécessairement action dès qu'elle figure" (Crozat, 2005) et devient icône quand elle acquiert une indépendance par rapport au réel qu'elle représente, l'icône re-fabrique l'identité du lieu en le médiatisant à travers une grille de lecture particulière.

Le discours produit s'enchâsse dans un récit d'action (Lussault, 2004) émis par les acteurs politiques, dans le cas de Fanjeaux, le récit officiel justifie le "site pôle" par la présence approuvée des cathares avant l'arrivée des catholiques. Le récit se développe au sein du Conseil Général et s'articule autour de l'économie sémiotique, qui lie l'imagerie et les actes de langage dans une dynamique téléologique qui fait sens. L'imagerie sert de support où le langage se fixe lors de la présentation du programme. Au niveau du projet du site pôle de Fanjeaux, l'attribution d'une identité cathare "sur le papier" (maquette du projet) agit déjà le lieu par les problèmes spécifiques relatifs à l'histoire de la ville. Ce qui amène Michel Lussault (2004) à entrevoir les trois *pouvoirs* performatifs de l'imagerie dans le projet territorial:

- *Instrument de domination de l'espace par réduction de sa complexité*: la production d'une imagerie visuelle (cartes, plans, maquettes) dans les projets

territoriaux simplifie et clarifie l'espace d'action, et facilite le message que l'instigateur du projet souhaite faire passer.

- *Effet de vérité consubstantiel à l'icône*: c'est la confiance des individus en la fiabilité des outils de représentation de l'espace en projet, outils qui offrent la vision d'un espace idéal, harmonieux et gommé de ses apories.
- *Représentation parfaite de la virtualité projetée*: l'imagerie offre une prospective sur l'espace du projet, elle présente une perceptive des futurs aménagements et de fait performe car constitue l'action d'aménagement en la présentant de manière figurative à l'ensemble des destinataires, qui peuvent en sentir ou pressentir les effets. Il en ressort que suivant le contexte, l'imagerie oscille entre "médium de l'accord" et "instrument de conflit" (Lussault, 2004). A Fanjeaux, les dominicains ont pris le projet comme une menace de réappropriation de leur espace et de leur identité par le catharisme, et les décideurs ont dû s'adapter en intégrant leurs doléances.

La force du discours réside dans son inscription dans l'espace-temps, dans l'art de communiquer, dans l'usage et le maniement des artefacts de façon répétitive, dans la musicalité du slogan qui chante les louanges d'un territoire idéal, au final le discours territorial devient une *ritournelle*.

Un petit air de territoire

*À partir d'aujourd'hui nous sommes tous cathares.*⁴

Gilles Deleuze et Félix Guattari offrent une place importante à l'espace dans leurs travaux philosophiques (Antonioli, 2003). Il ressort de leur réflexion une série de questionnements roboratifs pour le géographe, qui met en évidence le rôle de l'espace dans la vie des individus et des sociétés. Comment concevoir et construire un espace à la fois vécu individuellement et porteur de sens pour la collectivité? (Baudelle et Regnault, 2004). Cette interrogation renvoie à l'aménagement d'une portion d'espace par l'action du politique, cet espace est pensé comme modulable et façonnable afin de faire émerger son *devenir* territorial.

Ce chapitre a pour objectif de faire une présentation, pour l'instant limitée, des apports du concept de *ritournelle* développé par Gilles Deleuze et Félix Guattari dans *Mille Plateaux* (1980).

"En un sens général, on appelle ritournelle tout ensemble de matières d'expression qui trace un territoire, et qui se développe en motifs territoriaux, en paysages territoriaux (il y a des ritournelles motrices, gestuelles, optiques, etc.). En un sens restreint, on

4. Robert Capdeville, ancien président du Conseil Général de l'Aude, prononcé lors de l'inauguration du Centre d'Etudes Cathare en 1982.

parle de ritournelle quand l'agencement est sonore ou "dominé" par le son" (Deleuze et Guattari, 1980, p. 397).

Au début, ce qui motive la ritournelle, c'est l'envie de canaliser et de conjurer le *chaos*. Le *chaos* se caractérise comme: "un ensemble de matières instables non formées, flux en tous sens, intensités libres ou singularités nomades, particules folles ou transitoires" (Deleuze et Guattari, 1980, p. 54). Le *chaos* peut se voir comme un ensemble de possibles, d'interactions virtuelles, d'opportunités réalisables dans un lieu. Pour le département de l'Aude, le fait de posséder un patrimoine et une densité historique relative au catharisme est un atout qu'il convient ou non d'exploiter, c'est une possibilité pour le développement local.

La ritournelle surgit d'un espace dépolarisé, désorganisé, désorienté, auquel il manque un centre d'impulsion, la ritournelle crée une tension directionnelle. Il faut préserver cet espace des menaces qui l'entourent et la ritournelle s'organise à partir d'un point fixe, d'un *centre* (ici le mythe du catharisme qui est l'élément fédérateur de la politique de développement du département) qui va créer du lien, de la *consistance* entre les différents éléments hétérogènes. Le *centre* va donner sens, organiser et stabiliser l'espace qui l'entoure, qui va devenir un repère délimité (*cercle protecteur* autour du centre).

Ensuite le *cercle* s'ouvre au monde, à l'altérité (communication et promotion sur le "Pays Cathare" en France et à l'étranger, ouverture à un tourisme culturel, déterritorialisation de la ritournelle en allant porter le projet à Bruxelles afin d'obtenir une aide financière de l'Europe...).

Gilles Deleuze et Félix Guattari soulignent que deux phénomènes ont lieu dans la création d'un territoire:

- *Une réorganisation des fonctions*: création de nouvelles activités (tourisme culturel) liées au catharisme et transformation d'autres activités en fonction du catharisme (produits labellisés, artisanat local).
- *Un regroupement des forces*: ralliement des forces vives du département sous la bannière du label "Pays Cathare".

Les auteurs parlent d'agencement "dominé par le son" en ce sens la ritournelle (thème musical qui se répète) se construit dans le discours, d'abord politique et au niveau local car il y a une relation affective entre l' élu local et son terroir "qu'il ne faut pas laisser crever".⁵ Le discours est une action territoriale à part entière, parler, étudier, analyser et donner sens à un territoire c'est le faire exister, de fait il est un pivot essentiel dans une politique d'aménagement du territoire, dans le sens où il va stabiliser les représentations spatiales des acteurs dans un ensemble de matériaux divers (parole, texte, image, maquette, charte, etc.) qui sera porteur d'une idéologie territoriale dès lors aisément communicable. Ainsi "la territorialité est fonction de l'information" (Raffestin, 1986) et l'information est communiquée, médiatisée, diffusée et répétée par

5. Eric Andrieu, homme politique et acteur majeur de la construction du Pays Cathare (in Garcia et Genieys, 2005).

la ritournelle qui va esquisser dans un même mouvement les contours d'un espace, coordonner ses composantes, coder et sémantiser les éléments sur cet espace et de fait engendrer un "agencement territorial". Au final la ritournelle "agit le monde", entonne le territoire en tant que vecteur de diffusion et de médiatisation de "l'économie sémiotique".

La ritournelle est performative: "Lien nécessaire du discours à l'action, la performativité ne s'y réduit pas; elle induit l'action, elle est action", et dans cette construction discursive le territoire est avant tout idéologie territoriale (Crozat, 2007).

L'idéologie territoriale s'articule autour de trois domaines (Lussault, 2005):

- *Un récit légendaire*: ici constitué par le mythe catharisme et la création d'une imagerie territoriale cathare articulant qualité et authenticité.
- *La scène politique*: dans cette logique rhétoricienne, le politique incarne le territoire en devenant "sa voix" et institue une ritournelle qui capte dans le discours les atouts du territoire et qui s'élève pour marquer et exprimer des attitudes et des postures (défense du local et de l'identité en danger face à l'uniformisation; défense d'une culture et d'une économie locale face au processus de *lissage* induit par la mondialisation; organisation d'événements valorisant les produits du terroir ...).
- *La géographicit*: que l'on peut qualifier "comme la relation ontologique et phénoménologique existant entre l'homme et l'espace" (Retailé, 2003) imprègne les énoncés "spatialisants" et "spatialisés" qui sont de plus en plus présents dans les discours politiques, avec des mots comme pays, lieux, terroir, région, territoire, local...

Exemple: Mot du Président dans le bulletin d'information du Conseil Général de l'Aude (*Perspective*, n° 109, mars 2003):

"Je vais vous expliquer comment l'Aude et les Audois peuvent être solidaires. Comment il dépend de chacun d'entre nous d'acheter l'agneau du pays cathare plutôt que son ersatz de Nouvelle Zélande, de manger dans une auberge qui nous proposerait un poulet pays cathare plutôt que de l'Autriche d'Afrique du Sud, de recommander un hôtel de village pays cathare plutôt qu'un fast hébergement anonyme et sans cœur."

Il existe une possibilité, qu'à partir du discours politique (aménageur et spatialisant), se créent d'autres discours (ritournelle du viticulteur, du producteur de miel, de l'artisan, du restaurateur...) qui entrent en résonance pour moduler la ritournelle principale: "si la ritournelle territoriale passe si souvent dans les ritournelles professionnelles c'est que les professions supposent que les activités fonctionnelles diverses s'exercent dans un même milieu, mais aussi que la même activité n'a pas d'autres agents dans le même territoire" (Deleuze et Guattari, 1980, p. 394).

Pour que la ritournelle soit reprise à l'unisson par l'ensemble des acteurs du projet, il faut essayer d'éviter un "consensus mou" sur les modalités de mise en œuvre.

Dans le cas de la construction du “Pays Cathare”, il existe des “zones de frictions” entre certains acteurs, par exemple entre les représentants de l’Etat et le Conseil Général: ils ont le même objectif commun pour le développement mais la logique d’application est différente. Elle est sectorielle et plutôt industrielle (tourisme de masse) pour l’Etat, alors que le Conseil Général souhaite s’inscrire dans une cohérence globale et préfère valoriser le tourisme culturel.

Dans l’*abécédaire* (A comme Animal; D comme Désir) Gilles Deleuze souligne qu’il n’y pas de territoire sans vecteurs (force et direction) de déterritorialisation, qui pourraient être pour l’Aude: le chômage, le manque de repères, la viticulture dans un éternel marasme économique, l’exode rural, les délocalisations des industries de la Haute Vallée, la peur de l’avenir, la perte d’identité, la mondialisation, des rapports sociaux de plus en plus ténus et dématérialisés et un écartèlement entre des villes puissantes (Toulouse, Montpellier, Perpignan, Béziers). Donc c’est la situation économique de l’arrière pays audois qui va motiver la création du territoire labellisé “Pays Cathare”. Ces *lignes de fuites* vont créer un besoin de territoire, un désir de sortir de la crise, un désir de ne pas rester enfermé dans un territoire en perdition, un désir de trouver des solutions pour le développement qui permettra de s’échapper de ce territoire en naufrage pour en construire un nouveau.

L’*énergie désirante* est relative à l’économique et au politique. “Le désir donc ne recherche pas un objet absent, mais, avant tout, produit et fonctionne: le désir est d’abord machine” (Antonioli, 2003; Deleuze et Guattari, 1980). L’homme politique, cet *animal à territoire* va utiliser les effets de pouvoir liés au discours (Foucault, 1976) pour créer le désir de territoire, et va orchestrer la construction d’une réalité territoriale dans un *agencement collectif de désirs* (politique, économique, culturel, social). Ainsi, désirer le territoire, c’est désirer un agencement de plusieurs choses qui “font pièce” à l’objet territoire: comme l’opportunité de vivre et travailler au pays; de ne pas partir chercher un ailleurs providentiel alors que l’ici offre un devenir, de rester dans un endroit où l’on a déjà tissé du lien social; un endroit où le paysage vécu encense l’imaginaire spatial; un endroit pour retrouver des racines et des références identitaires...

Le territoire, qui est à la fois vécu, et aussi “le fruit de la production désirante [qui] n’est pas autre chose que la production sociale” (Deleuze et Guattari, 1972, p. 37).

Gilles Deleuze décompose un agencement en quatre dimensions:

- *Etats de choses*: des lieux.
- *Enoncés*: discours sur les lieux.
- *Territoires*: le chez-soi rassurant.
- *Processus de déterritorialisations*: lignes de fuite et ouverture vers un ailleurs.

Dans *Mille Plateaux*, les auteurs évoquent des niveaux d’agencement. Ils distinguent l’*infra-agencement* (qui pourrait être au niveau du site-pôle, l’amé-

nagement d'un équipement ou bien l'organisation d'un événement comme par exemple la re-création d'une fête traditionnelle); l'*intra-agencement* (construire un projet sociétal, mettre en relation les sites pôles, avec par exemple la carte intersites qui incite les touristes à visiter plusieurs sites) et l'*inter-agencement* (qui serait l'emboîtement des niveaux d'échelles dans la construction du projet: département, Etat, Europe).

“Une première question serait de savoir ce qui fait tenir ensemble toutes ces marques territorialisantes, ces motifs territoriaux, ces fonctions territorialisées dans un même intra-agencement” (Deleuze et Guattari, 1980, p. 398). Dans notre cas l'élément fédérateur “catharisme” cimente les cinq “pays” de l'Aude (Corbières-Minervois, Haute-Vallée, Lauragais, Carcassonnais, Narbonnaise) ainsi qu'un ensemble de professionnels labellisés.

La ritournelle va insuffler un nouveau rythme (temps présent médiévalisé, temporalité du projet, cadence de l'action avec peut être des temps forts et des temps faibles, portée des discours) qui va concourir à l'unité des différents milieux: “il y a rythme dès qu'il y a passage transcodé d'un milieu à un autre, communication de milieux, coordination d'espace hétérogène” (Deleuze et Guattari, 1980, p. 385). Le politique va tenter de fédérer un collectif d'acteurs (associations para-départementales, viticulteurs, artisans, spécialistes du patrimoine, “érudits”...) sous la couleur du catharisme. Et de fait, créer une nouvelle forme rythmée de subjectivation individuelle et collective, une sorte de résistance, induite par les dynamiques de déterritorialisations, qui invitent à la découverte ou à la redécouverte du particularisme et des possibilités du local.

“Il y a territoire dès que des composantes de milieux cessent d'être directionnelle pour devenir dimensionnelles, quand elles cessent d'être fonctionnelles pour devenir expressives. Il y a territoire dès qu'il y a expressivité du rythme. C'est l'émergence des matières d'expression (qualités) qui va définir le territoire” (Deleuze et Guattari, 1980, p. 387).

La composante cathare (le patrimoine historique: châteaux et abbayes) qui se trouve dans les communes, dès lors qu'elle est mise en chantier va devenir *matière d'expression* pour tout le département dans le projet “Pays Cathare”. Cette composante acquiert “une constance temporelle et une portée spatiale qui en font une marque territoriale, ou plutôt territorialisante: une signature” (Deleuze et Guattari, 1980, p. 387). Ainsi la création des sites-pôles et du label (marque Pays Cathare) sont une façon de marquer le territoire, d'établir des repères (identitaires), de poser des balises objectivement identifiables.

Ces *qualités expressives* vont pouvoir exprimer le territoire à condition que “le milieu intérieur des impulsions” (c'est-à-dire l'action, le travail du politique et des autres acteurs au niveau de chaque site-pôle) soit efficace et que “le milieu extérieur des circonstances” (le contexte) soit pris en compte. Gilles

Deleuze et Félix Guattari identifient deux évolutions possibles des “qualités expressives”, soit en “motifs territoriaux” et dans notre cas il s’agirait des lieux où le catharisme est le vecteur principal de développement; soit en “contre-points territoriaux: cette fois c’est la manière dont elles constituent dans le territoire des points qui prennent en contre-point les circonstances du milieu externe [le contexte]”. Ici il s’agirait de la superposition du catharisme (thème secondaire) à un thème principal comme le tourisme balnéaire par exemple avec “les plages du Pays Cathare” ou bien le paradoxe de la construction du site pôle de Fanjeaux.

Au final les auteurs nous présentent une classification des ritournelles:

- “Les ritournelles territoriales, qui cherchent, marquent, agencent un territoire”: discours du politique.
- “Les ritournelles de fonctions territorialisées, qui prennent une fonction spéciale dans l’agencement (la Berceuse qui territorialise le sommeil et l’enfant, [...], la Marchande qui territorialise la distribution et les produits...)”: discours repris par les acteurs non politiques ou non décideurs (tourisme, producteur des produits labellisés).
- “Les mêmes en tant qu’elles marquent maintenant de nouveaux agencements, qu’elles passent à de nouveaux agencements, par déterritorialisation-reterritorialisation”: discours qui sort du territoire pour soutenir le projet à Bruxelles ou pour créer une marque “qualité territoriale européenne” par exemple.
- “Les ritournelles qui ramassent ou rassemblent les forces, soit au sein du territoire, soit pour aller au-dehors”: mobilisation des structures intercommunales pour un projet de développement territorial global.

Le politique c’est l’art de dompter l’espace, la ritournelle pourrait être un concept opératoire pour comprendre comment une volonté politique compose, orchestre et communique sur la production d’un territoire, en prenant des postures, des attitudes spécifiques et des gestuelles, en donnant une couleur locale à ses discours, en informant, en fédérant des acteurs hétérogènes, en harmonisant différents couplets pour un même refrain. “L’espace serait marqué tantôt de façon matérielle (les animaux utilisent les odeurs, les sociétés humaines emploient des procédés visuels ou auditifs); tantôt de façon abstraite (par le discours par le signe” (Lefebvre, 1974, p. 175).

Il est évident que l’outil conceptuel de la ritournelle dont nous nous sommes contenté d’ébaucher les lignes de forces, demande à être développé plus largement en s’inscrivant plus intensément, dans la philosophie de Gilles Deleuze et de Félix Guattari. Afin de compléter l’approche et de comprendre la gestuelle des hommes politiques il faudrait également faire le lien avec les technologies du langage et de la communication pour saisir les nuances de couleurs suivant le message à faire passer, dont le rôle important est d’ailleurs souligné par les deux philosophes. Par exemple durant la campagne des présidentielles 2007, suivant les situations, nous avons vu la candidate du Parti Socialiste arborer

du blanc quand elle s'adresse au peuple, du rouge-rosé quand elle fait un discours devant les cadres de son parti, et une veste en cuir noir quand elle va à la rencontre des "jeunes" à Grenoble. De même pour le candidat de l'UMP, qui entre les deux tours, voit son pupitre d'où il harangue la foule passer du bleu foncé à l'orange clair, pareillement pour ses cravates, et sa gestuelle qui passe, au fur et à mesure de la fermeture à l'ouverture.

La prise en compte des discours des acteurs dans une *conception textualiste* (Mondada, 2000) permet de "les appréhender en tant qu'imbriqués, produits, utilisés et interprétés dans une vaste gamme de pratique sociales". Il en ressort que l'idéologie territoriale véhiculée par la ritournelle des acteurs territorialisés se retrouve stabilisée, située et contextualisée dans les artefact produits par les acteurs. Le discours fait émerger la réalité du territoire à travers des objets symboliques construits pour la configurer. Comme par exemple "le paysage touristique" qui constitue le site-pôle, un artefact construit comme un produit commercial qui présente un passé médiéval édulcoré et artificialisé et offre aux touristes en quête de spectaculaire un terre de légende romancée qui se situe entre réel et imaginaire.

Conclusion

La construction du projet territorial "Pays Cathare" est un processus complexe qui a commencé à l'aube des années quatre-vingt dans un contexte socio-politique (décentralisation) favorable à son éclosion. C'est un véritable concept de développement local comportant trois phases qui font système: une stratégie touristique basée sur la revalorisation du patrimoine monumental que possède le département de l'Aude, la création d'une marque territoriale pour distinguer les produits du terroir autour de la valeur d'authenticité et une politique de développement local qui encourage les projets des micro-territoires par le biais d'un soutien financier et technique. La réussite du "Pays Cathare" repose sur la synergie de tous les acteurs issus de différents mondes socio-professionnels dans un même projet de développement.

L'émergence du territoire labellisé "Pays Cathare" qui calque ses limites sur celle du département de l'Aude, pourrait caractériser cette inflexion post-moderne, que nous considérons comme une période caractéristique de notre époque actuelle, et qui engendre un ensemble de transformations culturelles et sociales au sein de la société. La construction du "Pays Cathare" pourrait constituer un exemple des mutations postmodernes à l'œuvre dans les espaces ruraux, et les propositions énoncées par Ed Soja (2000) pour caractériser la ville postmoderne peuvent servir d'hypothèses de départ à réadapter afin de rechercher les éventuels indices d'un glissement postmoderne au sein des espaces ruraux:

- *Une très grande hétérogénéité de l'espace*: diversification des populations avec la multiplication des résidences secondaires et notamment pour le département de l'Aude cette diversification se caractérise par la forte présence d'étrangers qui viennent repeupler les villages, par exemple à Lagrasse, la moitié des maisons en ventes sont achetées par des Anglais.⁶ Cette diversification engendre l'émergence d'une nouvelle société rurale qui se structure de moins en moins sur la figure de l'agriculteur, de fait la configuration socio-économique s'organise autour de la culture locale (le catharisme comme l'élément fédérateur) mise en scène dans l'espace, induisant un développement du tourisme et des loisirs, ce sera un point important à développer par la suite, en reprenant une proposition émise lors du colloque *économie et culture* à Toulouse en octobre 2006, il faudra évaluer "...le rôle de la culture comme activité créatrice de richesse, de développement territorial et d'emplois".
- *Un processus de désindustrialisation /réindustrialisation*: les effets de la globalisation sur l'industrie traditionnelle ont été dévastateurs pour le département, la politique de développement territorial s'oriente vers de nouvelles ressources à exploiter, en l'occurrence sur l'économie du patrimoine matériel (monuments) et immatériel (savoir-faire, authenticité, qualité), qui infléchissent les activités du productif vers le récréatif.
- *Segmentation des marchés de l'emploi et appauvrissement d'une frange de la population*: cette hypothèse se vérifie par le fait que de nombreux viticulteurs sont dans une impasse financière, il s'agirait de voir quels sont les moyens mis en œuvre par le politique pour pallier cette fragilité sociale. L'orientation vers une production de qualité prônée par la marque "Pays Cathare" ainsi que les réseaux de solidarité qu'elle met en place sont-ils une solution efficace qui permettra de sortir des difficultés?
- *Hyper-réalité*: le "touriste postmoderne" est dans une quête de l'authentique, où le quotidien des ruraux réinventé devient un spectacle divertissant (Crang et Coleman, 2002) qui va de pair avec la redéfinition et l'esthétisation de l'histoire locale et du mythe du catharisme. La diffusion d'un système de signes fait de ce territoire un objet facile à consommer qui répond avant tout à un désir de singularité qui s'agence entre "les paysages touristiques" hyper-réels des sites pôles, les produits labellisés et les fêtes de terroir. *Quid* des représentations du touriste qui arrive à l'aéroport "Carcassonne Pays Cathare", qui mange un poulet du "Pays Cathare" dans une auberge du "Pays Cathare" et qui après avoir visité un château du "Pays Cathare" va se reposer dans un hôtel du "Pays Cathare"?

6. *L'Express* 11/05/2006.

Le site-pôle de Peyrepertuse, avec son spectacle “les médiévales”, qui constitue la “vie comme au Moyen Age”, est un excellent exemple de production des “paysages touristiques” qui captivent les imaginaires spatiaux, un des angles d’attaque pourrait être l’analyse de la chronologie des images qui médiatisent ce lieu touristique (cartes postales, brochures, publicités, guides) et leur évolution depuis les années soixante-dix (avant le projet) jusqu’à aujourd’hui (site-pôle), afin de saisir les *enjeux sémantiques* (Garcia, 1999) et l’utilisation des mots “cathare” ou “Pays Cathare”. A travers l’étude des fêtes de terroirs, nous avons vu comment la fête met en scène les particularismes locaux et de fait participe à la “dialectique entre les espaces, lieux et territoires [...] [et à] la construction des identités territoriales” (Croizat et Fournier, 2005).

Dans une future recherche, il conviendra de développer beaucoup plus amplement et d’étayer ces hypothèses afin d’en démontrer la validité, en insistant sur la mise en scène de la culture et du territoire local dont l’idée et l’initiative ne viennent pas de technocrates qui méconnaissent les réalités du terrain, mais d’acteurs locaux qui sont capables, tout en prônant la tradition et l’authentique d’être très innovant et à la pointe des tendances dans les technologies de développement territorial.

Bibliographie

- AMIROU, R. (2000). *Imaginaire du tourisme culturel*. Paris: PUF.
- ANTONIOLI, M. (2003). *Géophilosophie de Deleuze et Guattari*. Paris: L’Harmattan.
- BAUDELLE, G.; H. REGNAULT (2004). *Échelles et temporalités en géographie*. Paris: Armand Colin, Edition SEDES.
- BENKO, G. (1999). “Marketing et territoire”, in J.-M. FONTAN; J.-L. KLEIN; D.-G. TREMBLAY [ed.]. *Entre la métropolisation et le village global*. Sainte-Foy, Québec: Presses de l’Université du Québec, p. 79-122.
- BOURDIEU, P. (1982). *Ce que parler veut dire*. Paris: Fayard.
- BRENON, A. (1996). *Les cathares. Vie et mort d’une église chrétienne*. Paris: Granchet (Ouverture).
- CRANG, M.; S. COLEMAN (2002). *Tourism. Between Place and Performance*. New York: Berghahn Books.
- CROZAT, D. (2005). “Vie et mort d’une icône: Pedreira dos Húngaros à Oeiras-Lisbonne”. *TIGR (Travaux de l’Institut de géographie de Reims)* [Reims], n° 115-118, p. 163-182.
- (2007). “La performativité pour dépasser la représentation (ou tout un monde à s’inventer)”. *L’Espace Géographique*, à paraître.
- CROZAT, D.; S. FOURNIER (2005). “De la fête aux loisirs: événement, marchandisation et invention des lieux”. *Les Annales de Géographie*, n° 643, mai-juin.
- DEBARBIEUX, B.; J. POISAT (1999). “La Rhétorique des artefacts territoriaux”, in F. GERBAUX [ed.]. *Utopies pour le territoire: cohérence ou complexité?* La Tour d’Aigues: Éditions de l’Aube, p. 35-52.
- DEDIEU, O.; W. GENIEYS (1998). “Le développement local face à l’Europe. L’invention du Pays Cathare”. *Sciences de la Société*, n° 45, p. 103-117.
- DELEUZE, G.; F. GUATTARI (1972). *L’Anti Édipe. Capitalisme et schizophrénie*. Paris: ed. de Minuit.

- (1980). *Mille plateaux. Capitalisme et schizophrénie 2*. Paris: ed. de Minuit.
- DELEUZE, G. (2004). *L'abécédaire*. Format DVD, réalisé par Pierre André BOUTANG. Paris: Editions Montparnasse.
- DI MÉO, G. (1998). *Géographie sociale et territoires*. Nathan (Fac).
- FOUCAULT, Michel (1976). “Le jeu de Michel Foucault”, repris in *Dits et écrits* (2001). Paris: Gallimard, tome II, p. 302.
- GARCIA, M.-C. (1999). *Le mythe du Pays cathare. L'histoire locale dans le cadre du Programme Pays cathare*. Recherche faite à la demande de DRAC du Languedoc-Roussillon; Thèses et habilitations.
- (2002). “Fanjeaux, 13e site-pôle du Programme Pays cathare”, in Emmanuel NÉGRIER [ed.]. *Patrimoine culturel et décentralisation. Une étude en Languedoc-Roussillon*. Paris: L'Harmattan (Logiques politiques), p. 171-198.
- (2003). “Histoire identitaire et histoire locale dans la construction du pays Cathare”, *Espaces et Sociétés*, n° 113-114, p. 183-196.
- GARCIA, M.-C.; W. GENIEYS (2005). *L'Invention du Pays Cathare. Essai sur la constitution d'un territoire*. Paris: L'Harmattan (Questions contemporaines).
- GOUZY, N. (2004). *Le catharisme, entre mythe et recherche historique – Entretien avec le Centre d'études Cathares / René Nelli*. http://religion.info/french/entretiens/article_7.shtml
- GUMUCHIAN, H.; E. GRASSET; R. LAJARGE; E. ROUX (2003). *Les acteurs, ces oubliés du territoire*. Ed Economica, Anthopos.
- LEFEBVRE, H. (1974). *La production de l'espace*. Paris: Anthopos.
- LUSSAULT, M. (1997). “Une problématique de l'image en géographie”, in C. CALENGE; M. LUSSAULT; B. PAGAND. *Figures de l'urbain. Des villes, des banlieues et de leurs représentations*. Tours: Maison des Sciences de la Ville.
- (2000). “Action(s)!” in J. LÉVY; M. LUSSAULT [ed.]. *Logiques de l'espace, esprit des lieux. Géographies à Cerisy*. Mappemonde/Belin.
- (2003). “Image”, in J. LÉVY; M. LUSSAULT [ed.]. *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Paris: Belin, p. 485-489.
- (2004). “Les figures politiques territoriales”, in P.-R. BADUEL; J.-P. BORD [ed.]. *Les cartes de la connaissance*. Paris: Karthala, p. 625-639.
- MONDADA, L. (2003). “Performativité”, in J. LÉVY; M. LUSSAULT [ed.]. *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Paris: Belin, p. 704.
- RAFFESTIN, C. (1986). “Ecogenèse territoriale et territorialité”, in F. AURIAC; R. BRUNET [ed.]. *Espaces, jeux et enjeux*. Paris: Fayard, p. 173-185.
- RETAILLÉ, D. (2003). “Géographicité”, in J. LÉVY; M. LUSSAULT [ed.]. *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Paris: Belin.
- SOJA, E.W. (2000). *Postmetropolis*. Oxford: Blackwell.
- STASZAK, J.-F. et al. (2001). *Géographies anglo-saxonnes. Tendances contemporaines*. Paris: Mappemonde/Belin.