

Trajectoires des matériaux et des objets

Usages, transformations et réemplois

Sous la direction d'Ana Cardoso de Matos, de Giovanni Luigi Fontana et de Valérie Nègre

Issu de deux rencontres organisées dans le cadre du master international Erasmus Mundus *Techniques, patrimoine, territoires de l'industrie*, par les universités Paris 1 Panthéon-Sorbonne, l'université degli studi di Padova et l'universidade de Evora, ce volume traite de deux thèmes en plein développement dans le domaine de l'histoire des techniques et dans celui du patrimoine.

Le premier porte sur les pratiques d'entretien, de réparation et de réemploi. La recherche pionnière de Michel de Certeau sur les Arts de faire postulant l'existence d'appropriations créatrices des consommateurs, comme l'article programmatique de David Edgerton appelant à une étude des usages et des usagers des techniques ont eu jusqu'à présent un faible écho en histoire. Quatre contributions examinent la trajectoire d'objets divers : machines à coudre au Portugal ; transformateurs électriques tchécoslovaques ; pièces automobiles et canettes en aluminium Sénégalaises transformées en ustensiles de cuisine ; avions Gaudron transférés de la France à la Colombie.

Le deuxième thème traite des relations entre matériaux, formes et usages. Comment les matériaux prennent-ils forme et comment les usages et les usagers entrent-ils dans ce processus ? Quatre études de cas sont présentées dans le recueil : tissus poissés utilisés pour étanchéifier les bateaux en France à l'époque gallo-romaine ; cornes animales transformées en diverses substances ou objets dans le nord du Cameroun ; liège employé à la fabrication des bouchons de bouteille ; passage du bois au polyester dans la construction des bateaux de pêche en Bretagne.

Les méthodes d'investigation variées (examen des objets, enquêtes orales, analyses scientifiques, sources textuelles issues de la pratique) et la conjugaison des approches historiques, archéologiques et anthropologiques témoignent de la difficulté de telles enquêtes tout autant que de leur richesse.



13 €



Collectif

Trajectoires des matériaux et des objets



COÉDITION

COÉDITION

UNIVERSITÉ DE TECHNOLOGIE DE BELFORT-MONTBÉLIARD / UNIVERSITÉ PARIS 1 PANTHÉON SORBONNE

Trajectoires des matériaux et des objets

Usages, transformations et réemplois

Sous la direction d'Ana Cardoso de Matos, de Giovanni Luigi Fontana et de Valérie Nègre

Parution : novembre 2022

ISBN 978-10-91801-589-8



9 791091 901598

livre papier : 18 €

ISBN 978-10-91901-60-4



9 791091 901604

livre numérique : 13 € papier & num. : 20 €

ISBN 978-10-91901-61-1



9 791091 901611

livre numérique : 13 € papier & num. : 20 €

Trajectoires des matériaux et des objets
Usages, transformations et réemplois
Sous la direction d'Ana Cardoso de Matos, de Giovanni Luigi Fontana et de Valérie Nègre



utbm
UNIVERSITÉ DE BOURGOGNE

COÉDITION
UNIVERSITÉ TECHNOLOGIQUE DE BELFORT-MONTBÉLLIARD UNIVERSITÉ PARIS PANTHÉON-SORBONNE

Caractéristiques techniques

Format 16 x 22 cm / 176 pages

Edition

Pôle éditorial de l'université de technologie de Belfort-Montbéliard

Diffusé-Distribué par

Boutique en ligne : Éditions de l'UTBM
<https://shop.utbm.fr/>

Le Comptoir des presses d'universités (pour les particuliers)
86, rue Claude Bernard – 75005 Paris
Tél. +33 (0)1 47 07 83 27
<https://www.lcdpu.fr/editeurs/utbm/>

CID (pour les professionnels)
18-20, rue Robert Schuman
94220 Charenton-le-Pont
Tél. +33 (0)1 53 48 56 30

En librairies

Pour plus d'informations

Directeur de publication
Ghislain Montavon, directeur de l'UTBM

Pôle éditorial de l'université de technologie de Belfort-Montbéliard
Site de Sevenans – 90010 Belfort cedex
Tél. +33 (0)3 84 58 32 72
Contact : editions@utbm.fr

Notre catalogue accessible sur :
<https://www.utbm.fr/editions/>



Trajectoires des matériaux et des objets

Usages, transformations et réemplois

Sous la direction d'Ana Cardoso de Matos, de Giovanni Luigi Fontana et de Valérie Nègre

Table des matières

INTRODUCTION

• Suivre les matériaux : une nouvelle orientation de recherche en histoire des techniques (xvi^e-xx^e siècle)
Valérie Nègre

PARTIE 1. LES OBJETS À TRAVERS LES PRATIQUES D'ENTRETIEN, DE RÉPARATION ET DE REMPLI

- La vie des objets techniques et industriels : le cas de la machine à coudre Ana Cardoso de Matos et Maria da Luz Sampaio
- L'Électrification et la vie des transformateurs électriques en Tchecoslovaquie, de la Première guerre mondiale à aujourd'hui Marcela Efmertová
- Récupération et recyclage des pièces automobiles et des cannettes en aluminium dans les villes de Dakar et Diourbel Maguëye Thioub
- Entre France et Colombie : le voyage des Caudron G3 et G4 (1920-1922) Soraya Halaby Ojeda

PARTIE 2. MATÉRIAUX, FORMES ET USAGES

- La paix et les lissus d'élanchétié des bateaux gallo-romains en France (Ier-IIIe siècles après J.-C.) Laure Meunier, Marc Guyon
- Les usages multiples des cornes d'animaux dans les sociétés du nord-Cameroun : entre tradition et modernité François Wassouini
- The Image of an Authentic Champagne Cork Stopper: how does History Count? Ignacio Garcia-Pereda et Ana Cardoso de Matos
- Du bois au polyester. Construction des bateaux de pêche en Bretagne. Vers une patrimonialisation du travail du bois Amandine Leporc

Les auteurs

- Ana Cardoso de Matos,
- Marcela Efmertová,
- Ignacio García-Pereda,
- Marc Guyon,
- Soraya Halaby Ojeda,
- Amandine Leporc,
- Maria da Luz Sampaio,
- Laure Meunier,
- Valérie Nègre,
- Maguëye Thioub,
- François Wassouini

The Image of an Authentic Champagne Cork Stopper: How does History Count?

Ignacio García-Pereda et Ana Cardoso de Matos

Résumé : Cet article porte sur les valeurs attachées aux bouchons de champagne. Il traite des stratégies narratives adoptées par plusieurs entreprises de liège pour créer des marques mondiales. L'exemple de ces entreprises montre que le patrimoine est une construction sociale s'appuyant sur des récits à caractère historiques. Le *storytelling* est un outil puissant couramment utilisé dans les marques de luxe liées au commerce du vin.

L'authenticité apparaît comme une valeur essentielle au maintien du caractère distinctif des bouchons de champagne. Dans un contexte de concurrence mondiale accrue, cette valeur sert à gagner la confiance et la crédibilité des clients et du public. Cet article soutient que, bien que l'utilisation du patrimoine à travers la narration soit un outil utile à la gestion des marques, il convient de distinguer le patrimoine de marque du concept d'authenticité. Il ouvre la voie à de futures recherches sur la gestion des marques et le rôle des consommateurs dans la création de valeur.

Mots-clés : patrimoine, patrimoine de marque, gestion de marque, authenticité, liège.

Abstract: *This article is about the values pertaining to champagne corks. It discusses the storytelling strategies adopted by several cork companies to build global brands. Using these cork-business examples, it is demonstrated that heritage is a social construction based on strong narratives. Storytelling is a powerful instrument used in the context of creating luxury brands closely related to the wine business.*

Authenticity appears to be an essential value in maintaining the distinctive character of champagne corks. In a context of increased global competition, is used to gain trust and credibility in brand management. This article argues that, although the use of heritage through storytelling is a useful tool for the practice of brand management, brand heritage and the concept of authenticity should be distinguished. This article opens to further research on brand management and the role of consumers in creating value.

Keywords: *heritage, brand heritage, brand management, authenticity, cork.*