

La signification actuelle de la fête et sa place spatio- temporelle au sein d'un territoire

Le cas alsacien



2007-2008

**Directeur de recherche
BOUTET Didier**

MUNSCH Thérèse

Formation par la recherche et Projet de Fin d'Etudes

La formation au génie de l'aménagement, assurée par le département aménagement de l'Ecole Polytechnique de l'Université de Tours, associe dans le champ de l'urbanisme et de l'aménagement, l'acquisition de connaissances fondamentales, l'acquisition de techniques et de savoir-faire, la formation à la pratique professionnelle et la formation par la recherche. Cette dernière ne vise pas à former les seuls futurs élèves désireux de prolonger leur formation par les études doctorales, mais tout en ouvrant à cette voie, elle vise tout d'abord à favoriser la capacité des futurs ingénieurs à :

Accroître leurs compétences en matière de pratique professionnelle par la mobilisation de connaissances et techniques, dont les fondements et contenus ont été explorés le plus finement possible afin d'en assurer une bonne maîtrise intellectuelle et pratique,
Accroître la capacité des ingénieurs en génie de l'aménagement à innover tant en matière de méthodes que d'outils, mobilisables pour affronter et résoudre les problèmes complexes posés par l'organisation et la gestion des espaces.

La formation par la recherche inclut un exercice individuel de recherche, le projet de fin d'études (P.F.E.), situé en dernière année de formation des élèves ingénieurs. Cet exercice correspond à un stage d'une durée minimum de trois mois, en laboratoire de recherche, principalement au sein de l'équipe Ingénierie du Projet d'Aménagement, Paysage et Environnement de l'UMR 6173 CITERES à laquelle appartiennent les enseignants chercheurs du département aménagement.

Le travail de recherche, dont l'objectif de base est d'acquérir une compétence méthodologique en matière de recherche, doit répondre à l'un des deux grands objectifs :

Développer tout une partie d'une méthode ou d'un outil nouveau permettant le traitement innovant d'un problème d'aménagement

Approfondir les connaissances de base pour mieux affronter une question complexe en matière d'aménagement.

Sommaire

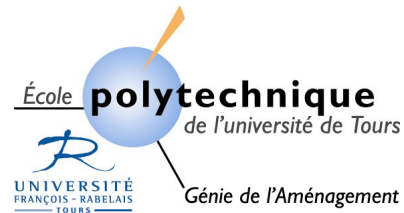
AVERTISSEMENT	4
REMERCIEMENT	6
INTRODUCTION	1
METHODOLOGIE ET ELEMENTS NECESSAIRES POUR LA RECHERCHE	3
A) LE TERRITOIRE D'ETUDE	3
B) DEFINITION DES PRINCIPALES NOTIONS DE L'ETUDE	4
C) LE CHOIX DES FETES	6
1) LA FETE RENFORCE UNE VOLONTE D'IDENTITE	8
A) LE TEMPS ET LA PERIODICITE AU SERVICE DE L'IDENTITE	8
B) UNE APPROPRIATION PARTICULIERE DE L'ESPACE	20
2) LA FETE RENVOIE A UNE RECHERCHE D'AUTHEICITE	34
A) UNE VOLONTE DE PERPETUER UN SAVOIR-FAIRE	34
B) UNE VOLONTE DE PROMOUVOIR UN TERRITOIRE	44
COMMENTAIRE FINAL	56
CONCLUSION	59
BIBLIOGRAPHIE	61
OUVRAGES	61
REVUES/PERIODIQUES/COLLOQUES	61
ARTICLES DE JOURNAUX	62
DOCUMENTS INTERNET	62
SITES	62
DICTIONNAIRES/ENCYCLOPEDIE	63
TABLE DES MATIERES	64
ANNEXE 1 : CARTE DE L'ALSACE	67
ANNEXE 2 : PHOTOS DE KILBE	68

Avertissement

Cette recherche a fait appel à des lectures, enquêtes et interviews. Tout emprunt à des contenus d'interviews, des écrits autres que strictement personnel, toute reproduction et citation, font systématiquement l'objet d'un référencement.

CITERES
UMR 6173
Cités, Territoires,
Environnement et Sociétés

Equipe IPA-PE
Ingénierie du Projet
d'Aménagement, Paysage,
Environnement



Département Aménagement
35 allée Ferdinand de Lesseps
BP 30553
37205 TOURS cedex 3

Directeur de recherche :
Boutet Didier

Munsch Thérèse
Projet de Fin d'Etudes
DA5
2007-2008

Résumé :

Aujourd'hui, le rapport de la fête au temps et à l'espace a été changé, son lien avec son environnement également. En effet, elle n'aide plus l'Homme à exprimer ses peurs envers celui-ci. La fête semble lui permettre de retrouver ses racines, son identité dans un monde où la mobilité des personnes est de plus en plus importante, entraînant ainsi un plus faible rattachement de ces dernières avec leur territoire d'origine. Elle apparaît également comme un moyen de redonner aux espaces une certaine authenticité perdue dans un contexte actuel d'uniformisation des cultures.

L'objectif de la recherche est de mettre en place un ensemble de grilles permettant d'analyser la signification actuelle de la fête au sein d'un territoire défini : l'Alsace.

Les fêtes alsaciennes contemporaines ou renouvelées sont aujourd'hui mises en scène comme des véritables spectacles. Le soin apporté à la décoration vise à créer une atmosphère festive, mettant en avant le territoire et certaines de ses particularités, permettant de renvoyer des images positives de celui-ci. Les visiteurs participant à la manifestation l'identifieront donc à un territoire attractif et dynamique, intéressant à découvrir. Les manifestations actuelles, tout comme celles d'hier cherchent à s'ancrer dans le temps et à devenir des repères pour les habitants.

La culture alsacienne tend à perdre peu à peu de son authenticité. Les fêtes, en mettant en avant des savoir faire et des traditions propres à l'Alsace, permettent de lui redonner un peu d'authenticité. Celle-ci est valorisée lors de la promotion des fêtes, permettant de faire connaître un territoire particulier à plusieurs niveaux : du local à l'international.

Mots clés +mots géographiques (commune, département, région, N° du département)

Fêtes, identité, authenticité, savoir faire, promotion, Alsace

Remerciement

M. Didier BOUTET, mon tuteur de Projet de Fin d'Etude.

L'Office de tourisme de Ribeauvillé-Riquewihr.

L'Office de tourisme de Strasbourg.

L'office du tourisme d'Altkirch.

La ville de Strasbourg.

Le Comité des fêtes de Ribeauvillé.

Les mairies du canton d'Altkirch pour avoir répondu à mon questionnaire sur les fêtes organisées sur leur commune.

M. Philippe RAUEL, chef de projets et coordinateurs de festivités à la ville de Sélestat.

M. Roland SIEGRIST, organisateur de la Kilbe de Saint-Bernard.

Mme Isabelle GREINER, direction de l'Office de tourisme de Colmar.

Mme Julie BARBEY, conservatrice du patrimoine à l'Ecomusée d'Alsace.

Mme Laetitia WEYANT, chargée d'étude à l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace

Mme Maria POSTH, commissaire général gérant la société anonyme Colmar Expo.

Toutes les personnes ayant répondues à mon questionnaire sur leur pratique des Kilbe.

Introduction

Le terme fête possède deux étymologies latines. La première renvoie le mot à « feria » de « fas », qui signifie « ce qui est sacré », d'où l'appellation allemande du carnaval : Fastnacht. La seconde vient du verbe « férir », c'est à dire frappé, d'où les « dies festus », les jours frappés. Cette dernière définition montre que la fête est un jour en dehors du quotidien, elle a un sens particulier, marquée d'un signe spécial, ce qui se rapproche du mot « tabou », « frappé d'un mauvais sort ». Les deux étymologies semblent renvoyer à deux types de fêtes antinomiques, les fêtes religieuses, dédiées à la célébration d'un ou de plusieurs dieux et les fêtes profanes (« pro-fanum », ce qui n'est pas sacré). Cependant, ces deux formes de manifestations se sont entrecroisées au fil des siècles. Certaines fêtes sont même passées de l'une à l'autre plusieurs fois au cours de l'histoire, en fonction du contexte.

La fête antique permettait aux Hommes d'évacuer les craintes ressenties face aux forces de la nature. Elle prenait aussi la forme de rites protecteurs contre les éléments de la nature, qui pouvaient amener les mauvaises récoltes. S'inscrivant dans le rythme cyclique des saisons, elle célébrait le printemps ou les récoltes d'été et d'automne. A l'époque romaine, apparurent des fêtes liées aux dieux, comme les bacchanales ou les saturnales. Puis au Moyen Age, certaines de ces fêtes perdurèrent, bien que interdites par le pouvoir royal et religieux. Cependant, l'essentiel des fêtes à cette époque fut institué par le christianisme. Le système religieux christianisa certaines fêtes existantes ou en créa d'autres. Ensuite à l'époque dite moderne, l'évolution des traditions a provoqué la laïcisation des fêtes.

Ainsi, les modes de vie ont changé, le monde rural également. Avec la modernisation de l'agriculture, sa place dans les villages ruraux n'est plus aussi importante qu'au début du XXème siècle. Des quartiers résidentiels se construisent et de nouveaux habitants arrivent, plus habitués à un mode de vie urbain. En parallèle, certaines personnes, souvent les aînées, restent attachées aux valeurs traditionnelles. La fête, expression même de la composition des individus sur un territoire, se modifie en fonction des personnes qui l'habitent. La population s'intéresse de plus en plus à son patrimoine et éprouve un besoin de retrouver son identité. En réponse à ces besoins, les fêtes traditionnelles agricoles d'autrefois ont été remplacées par des fêtes folkloriques. Elles ont pour vocation de conserver les traditions de leur territoire en représentant le passé et en mettant en valeur ses particularités afin de lutter contre l'uniformisation des cultures. Ces manifestations sont encouragées par les politiques qui y voient le moyen de mieux faire connaître leur terroir et de relancer l'économie touristique.

Cette fonction politique et économique est aussi attribuée aux fêtes contemporaines, créées depuis une vingtaine d'années. En effet, les territoires y voient la possibilité de se créer une bonne image afin d'attirer la population extérieure et de se démarquer des autres. Ces nouvelles manifestations permettent aux villes et aux territoires de se donner une identité, d'affirmer leur personnalité dans un monde qui se globalise. Elles ne s'inscrivent donc plus uniquement à l'échelle locale comme le pouvaient l'être les fêtes du siècle dernier, mais à l'échelle nationale ou internationale. De plus, contrairement aux fêtes folkloriques, les fêtes contemporaines intègrent souvent la création artistique : des compagnies de rue, des musiciens, des plasticiens... sont invités.

Ces réjouissances ne sont plus aussi spontanées que jadis, souvent elles sont minutieusement organisées et sont mises en scène comme un véritable spectacle, conférant aux participants un rôle d'observateur.

La fête contemporaine n'a plus beaucoup de liens avec les fêtes d'antan, ni même celles du siècle dernier. Jean-Jacques Wunenberger (1977) a écrit : « *Nos fêtes les plus authentiques sont ces moments choisis de l'amitié où un même souci de la perfection traverse les conversations, le repas pris en commun et le lieu où l'on se trouve.* » Mais ces nouvelles fêtes n'ont-elles pas justement perdues ce côté humain et convivial ? Par un manque de plénitude et de style ces fêtes ne se démarquent plus vraiment du quotidien, d'autant plus qu'elles sont innombrables et perdent ainsi de leur lisibilité. Les fêtes se prolongent dans le temps et dans l'espace....

Aujourd'hui, les nouvelles fêtes se mélangent avec les fêtes anciennes renouvelées, les fêtes folkloriques, les fêtes religieuses, fêtes commémoratives... Cependant, la plupart des fêtes de jadis qui ont su conserver leur dynamisme encore aujourd'hui, ont repris les principales caractéristiques de la fête contemporaine. Le milieu rural a plus tendance à conserver les fêtes traditionnelles même si elles n'ont plus le même sens et le même dynamisme qu'autrefois. Au contraire, en ville, la fête traditionnelle persiste uniquement pour le folklore et la fête contemporaine se développe sous le contrôle politique.

Aujourd'hui, le rapport de la fête au temps et à l'espace a été changé, son lien avec son environnement également. En effet, elle n'aide plus l'Homme à exprimer ses peurs envers ce qui l'entoure. Elle semble lui permettre de retrouver ses racines, son identité dans un monde où la mobilité des personnes est de plus en plus importante; entraînant ainsi un plus faible rattachement de ces dernières avec leur territoire d'origine. Elle apparaît également comme un moyen de redonner aux espaces une certaine authenticité perdue dans un contexte actuel de globalisation des cultures. Aussi, on peut se poser la question : Qu'elle est la signification de la fête dans un territoire ?

De nombreux ouvrages ont déjà été rédigés sur le thème de la fête. Par contre, ceux reliant la fête aux espaces qui les célèbrent sont moins nombreux. Deux « générations » d'auteurs s'y sont penchées. Les premiers ont étudié surtout le rôle de la fête dans le renforcement des identités locales (Rieucau, 1998...). Les seconds, dont le principal auteur est Guy Di Meo (2001), ont travaillé sur le sens et la portée géographique des fêtes, à toutes les échelles.

Dans cette continuité, l'objectif de la recherche est de mettre en place un ensemble de grilles permettant d'analyser la signification de la fête au sein d'un territoire défini. En effet, ce travail se penche sur un espace précis avec des particularités communes (histoire, traditions, savoir-faire...), prenant ainsi en compte le changement de signification de la fête selon la modification du contexte culturel. Les conclusions de cette recherche sont spécifiques à l'espace étudié. Cependant certaines grandes lignes peuvent en être retenues et, par la suite, être vérifiées par l'analyse de territoires différents. Cette analyse contribue à expérimenter les grilles de critères afin de les réutiliser sur d'autres territoires.

Pour répondre à la problématique, deux hypothèses ont été retenues. Premièrement, la fête a un rôle identitaire, celui-ci sera démontré en première partie grâce à une analyse spatio-temporelle. Dans un second temps, on montrera que la fête permet de répondre à une certaine recherche d'authenticité en perpétuant des savoir-faire, authenticité qui peut être mise en valeur par la promotion du territoire à travers la fête.

Méthodologie et éléments nécessaires pour la recherche

a) Le territoire d'étude

i) Choix du territoire d'étude

Pour pouvoir réaliser convenablement la recherche, le territoire d'étude répond aux critères suivants :

- Etre assez étendu afin de pouvoir contenir assez de fêtes de nature différente pouvant être analysées
- Avoir une identité et pouvoir se distinguer de son environnement
- Avoir des savoir-faire et des traditions propres
- Etre une division administrative ou un EPCI (Etablissement Public de Coopération Intercommunal) et se situer en France pour faciliter le travail

L'Alsace a été choisie car elle correspond à l'ensemble de ces points. En effet, cette Région contient de nombreuses fêtes, permettant de sélectionner des exemples à la fois distincts et pertinents. De plus, elle a une identité marquée ainsi que de nombreuses traditions et savoir-faire.

ii) Présentation du territoire



Figure 1 : Situation de l'Alsace en France
Source: fr.wikipedia.org/wiki/Alsace

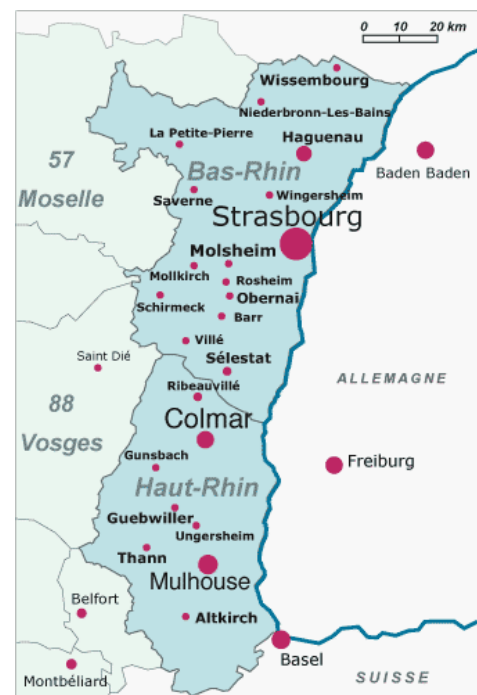


Figure 2 : L'Alsace à côté de la Suisse et de l'Allemagne
Source: eleves.mines.inpl-nancy.fr/~bieber78/carte_alsace3.gif

Située dans le nord-est de la France, à côté de la Suisse et l'Allemagne¹ bénéficie d'une position privilégiée au cœur de l'Europe. En partie grâce à sa position frontalière, cette Région est l'une des plus dynamiques de France. Cependant, cette situation géographique l'a mise dans le passé au cœur de nombreux affrontements.

¹ Pour une grande carte de l'alsace voir annexe 1.

Son histoire mouvementée a contribué à lui donner une culture authentique, constituée de nombreuses traditions et savoir-faire, qu'elle met en scène lors des nombreuses fêtes qui rythment son calendrier. Celles-ci peuvent être classées en trois catégories : les fêtes ancestrales (carnaval, feux de la Saint Jean, fête des ménétriers...), religieuses (fêtes de Noël et Pâques) et populaires (Kilbe/Messti, fêtes gastronomiques et viticoles, corsos fleuris, ...). En plus des alsaciens, ces manifestations attirent des touristes venant, en même temps, découvrir la Région et notamment son vin, sa gastronomie et son patrimoine.

b) Définition des principales notions de l'étude

i) La fête

Le sens du mot fête a évolué dans le temps et peut être interprété de différentes façons selon le sens qu'on lui donne. Pour mieux comprendre toutes ses significations, il est préférable d'analyser plusieurs définitions d'auteurs appréhendant de manières différentes ce terme.

(1) L'évolution du terme dans le temps

Philippe Dujardin, 2006².

Le terme «fête» est instable dans le temps. En premier « fêter » n'est pas festoyer mais « honorer » ou « solenniser ». Au XIX^{ème} siècle, l'ordre symbolique des Etats nations a été marqué par le régime commémoratif et à partir de cette époque le terme « fête » pouvait signifier « faire mémoire ». L'expression « faire la fête » n'est apparue qu'au XIX^{ème} siècle et était synonyme de débauche. Mais elle perdit sa connotation péjorative dans la seconde moitié du XX^{ème} siècle le terme « fêter » prit la signification de « festoyer ».

(2) Définition commune

Nadine Cretin, 2003.

« La fête (du latin festa, solennité) désigne une réjouissance de caractère commémoratif, en mémoire d'un personnage ou d'un évènement, ainsi que le jour consacré à une solennité, qu'elle soit religieuse ou non (Pâques, Nouvel An, 14 juillet, fêtes des mères,...). Plus généralement, le terme s'applique à toutes les sortes de réjouissances, publiques, privées, périodiques ou occasionnelles, comme l'indique l'expression familière « faire la fête ». Au pluriel, le mot désigne en particulier les fêtes de fin d'année, la période allant de Noël au Nouvel An. »

Cette définition met en avant le rôle commémoratif et calendaire de la fête, en évoquant toutefois ses autres aspects.

² Citation reprise de : La place de la fête dans l'espace publique (CERTU, 2003)

(3) Définition à caractère historique

Larousse du XXe siècle, édition 1932.

«Ensemble de réjouissances collectives destinées à commémorer périodiquement sinon un désordre, du moins des dérogations à l'ordre, pour obtenir ou réactualiser dans la conscience collective l'assentiment à l'ordre préconisé. C'est donc essentiellement un jeu symbolique qui restitue la praxis par rapport au mythe qui lui donne sens. La fête vaut ce que valent effectivement pour le groupe la symbolique utilisée et le mythe évoqué. De ceci découlent de notables différences entre la fête en milieu archaïque et traditionnel, et la fête dans les sociétés modernes.»

Cette définition met en avant le rôle perturbateur de la fête par rapport à l'ordre qui règne au quotidien. Elle souligne également l'importance des mythes et du jeu symbolique pour les fêtes traditionnelles contrairement aux fêtes modernes.

(4) Définition à caractère social

Jean Rieucan, 1998.³

La fête est avant tout « une institution de gestion et de régulation des conflits ». Elle remplit une « fonction d'expression, d'affirmation de défoulement, marquée par un dérèglement passager et voulu de l'ordre social, pour mieux le reconstruire ensuite. »

Le rôle est avant tout social, en créant le désordre, l'ordre est rétabli.

(5) Définition géographique

Di-Méo, 2001.

« La fête constitue, du point de vue de la géographie, une opportunité de premier ordre pour comprendre la nature du lien territorial. Elle permet de repérer les signes spatialisés par lesquels les groupes sociaux s'identifient à des contextes géographiques spécifiques qui fortifient leur singularité. La fête possède en effet la capacité de produire des symboles territoriaux dont l'usage se prolonge bien au-delà de son déroulement. Cette symbolique festive épouse et qualifie des lieux, des sites et des paysages, des monuments ou de simples édifices. (...) De cette combinaison d'éléments symboliques émane un sens collectif profond. »

La fête est le moyen de comprendre le lien qui unit l'Homme à son territoire

³ Citation reprise de : la géographie en fête (Di Meo, 2001)

ii) Identité (approche géographique)

Approche constructiviste

« L'identité géographique est quelque chose qui appartient aux territoires, et que l'analyse rigoureuse de ces espaces va permettre de donner à voir et à comprendre. »

Dans cette définition on ne se pose pas la question du sens que celle-ci peut avoir pour la population, elle existe et est propre à l'espace.

Approche néo positive

« L'identité géographique est une construction sociale qui donne du sens à un morceau d'espace, et le constitue en territoire distinct des autres. »

A l'inverse de la précédente, cette définition s'intéresse aux habitants qui occupent l'espace et moins à l'espace matériel.

Di Meo, 2001

« Les termes identité et identitaire ont deux sens à la fois complémentaires et différents. Le premier se réfère à la reconnaissance d'un individu, d'un groupe ou d'un territoire, au repérage des caractères qui le singularisent et constituent sa personnalité propre, son irréductible unité. (...) Le second sens de l'identité et de l'identification désigne au contraire ce qui distingue l'objet (territorial) identifié des espaces autres qui l'environnent. »

Cette définition se rapproche de l'approche néo positive, mais est plus complète.

iii) Authenticité

L'authenticité est le caractère d'un territoire formé à partir de ses particularités (historiques, géographiques, ...), de ses traditions et de ses savoir-faire.

c) Le choix des fêtes

i) Pré choix

Le choix a été porté sur un petit nombre de fêtes mais très diversifiées. L'analyse d'un plus grand nombre n'étant pas possible par manque de temps, il fallait donc avoir un échantillon très représentatif des manifestations de la Région.

2 fêtes de plus de 100 000 visiteurs:

- Marché de Noël : fête étendue
- Foire Régional des Vins d'Alsace : fête localisée

2 fêtes de moins de 100 000 visiteurs :

- Kilbe/Messti : fête étendue
- Fête des ménétriers : fête localisée

Fête étendue : fête qui est célébrée dans plusieurs villes ou villages d'Alsace

Fête localisée : fête qui n'est célébrée que dans une ville ou un village d'Alsace

ii) Choix avec la grille de critère

Les fêtes n'ont pas été choisies pour être totalement en concordance avec la grille de critères. Celle-ci a permis d'affiner le choix des manifestations et également de mettre en évidence certaines de leurs caractéristiques de façon à faciliter l'analyse par la suite.

(1) Kilbe

La fête était présente autrefois dans pratiquement tous les villages alsaciens, même les plus petits, quelque fois elle était la seule fête de l'année sur la commune. Elle était la fête populaire la plus répandue en Alsace, où les familles et les amis se retrouvaient. Cependant, aujourd'hui, avec les modifications des modes de vie et la multiplication des fêtes, cette manifestation se raréfie, même si quelques communes ou associations se battent pour maintenir la coutume. Cette fête met en scène de nombreuses traditions qui lui sont propres mais qui se perdent aujourd'hui, par contre elle ne met en avant que peu de savoir-faire.

(2) Marchés de Noël

Il est intéressant de prendre en compte les marchés de Noël en Alsace car c'est une grande manifestation qui joue un rôle prépondérant dans le tourisme hivernal en Alsace. Ils sont liés à de nombreuses traditions de Noël alsaciennes et montrent des produits régionaux mettant en œuvre des savoir-faire, notamment gastronomiques.

(3) Foire Régionale des Vins d'Alsace

Il existe de nombreuses fêtes des vins en Alsace et plus largement en France. Cependant, la Foire aux Vins d'Alsace est vraiment unique. En effet, elle est associée avec d'autres foires (agricole et généraliste) ainsi qu'un festival de musique. De plus, elle est la plus grande manifestation viticole alsacienne et la seule ayant une portée au niveau régional.

(4) Fête des ménétriers

Cette manifestation est intéressante car c'est une fête très ancienne qui a su se maintenir durant plus de 600 ans. Elle a gardé certaines de ses caractéristiques, même si aujourd'hui, minutieusement préparée elle s'apparente plus à un spectacle, contrairement aux temps des ménétriers où il n'y avait que musique, danses et chants souvent improvisés. Cet événement est propre à la ville de Ribeauvillé et n'existe nulle part ailleurs. Il permet de mettre en avant l'importance de la musique en Alsace.

	Critères de choix	Le marché de Noël	Foire régionale des vins d'Alsace	La fête des ménétriers	La Kilbe/Messti
Ancienneté	La fête a plusieurs siècles	Origine : XIV ^{ème} siècle- premier marché de Noël en France à Strasbourg	Origine : 1948	Origine : 1390	Origine : ancienne et date mal connue
	La fête est basée sur des traditions populaires anciennes	Basé sur les traditions alsaciennes de Noël et est lié au Saint Nicolas et au « Chriskindle »	Dès l'antiquité le vin était au cœur de la fête (les bacchanales). Une bourse aux vins a été créée dès 1885 à Colmar.	Commémore la fête qui était organisée autrefois chaque année lors de la réunion des ménétriers à Ribeauvillé	Nombreux rites pratiqués autrefois dont un cortège
	La fête a pu évoluer au fil du temps pour s'adapter chaque fois à son contexte (historique dans ce cas là)	Peu développé avant les années 90 puis s'est étendue avec le projet de « Noël en Alsace » du Comité Régional du Tourisme alsacien	Au début simple foire aux vins puis elle a accueilli une foire agricole et une foire généraliste puis un festival de musique	Arrêtée à la révolution, la fête réapparut sous la forme d'une fête populaire, puis à partir de 1890 elle renoua avec ses traditions anciennes	Fête religieuse qui s'est transformée progressivement en fête profane Aujourd'hui : elle n'a plus la même ampleur et la même signification
Périodicité	Les fêtes choisies doivent couvrir toutes les périodes de l'année	Temps de l'avent	Mi août	1 ^{er} dimanche de septembre	De juin à septembre, lors des moments de répit dans les travaux des champs
	La fête est ancrée dans le temps, c'est-à-dire revenir à une fréquence qui lui est propre	Tous les ans	Tous les ans	Tous les ans	Tous les ans
	La fête dure plus que quelques heures	1 mois à peu près	10 jours	Une journée mais des animations l'entourent	Autrefois : du dimanche au lundi soir deux semaines consécutives Aujourd'hui : samedi soir

Popularité	La fête attire un minimum de personnes (supérieur au nombre d'habitants du territoire)	1,5 millions de visiteurs en 2007 pour les 10 plus grands marchés de Noël	250 000 (2007)	20 000 personnes (2007)	De 200 à 500 personnes
	La fête implique la population locale lors de ses préparatifs	Les petits marchés de Noël impliquent la population locale (chaque association a un stand) Mais les plus grands moins (les marchands ne viennent pas forcément de la région)	La foire aux vins rassemble des viticulteurs de la Région La foire généraliste : 350 exposants, vitrine de l'économie alsacienne De nombreux restaurateurs alsaciens...	Beaucoup d'associations locales sont impliquées, certaines travaillent toute l'année pour la préparation de la fête, notamment pour les costumes, les chars...	Autrefois : tout le village était impliqué dans ses préparatifs, Aujourd'hui : elle est organisée par des associations en général
	La fête attire des personnes extérieures au territoire et même au département...	82% des visiteurs sont français et 18% étrangers, dont 9% d'Allemands, des Belges, des Suisses et des Autrichiens (2007)	Une majorité d'Alsaciens (80%), quelques Suisses et Allemands (5%) et 15% de Français non Alsaciens	Majorité d'Alsaciens, de Suisses et d'Allemands mais aussi des personnes des autres Régions de France ou même de plus loin	Alsaciens venant d'un rayon moyen d'une vingtaine de kilomètres
	La fête fait l'objet d'un minimum de promotion	Brochures en cinq langues, site internet trilingue, achat de mot clef sur le web, « Roadshow »,	Site Internet trilingue, affiches réalisées par un artiste, campagne de presse, achat de mot clef sur le web, campagne de presse, ...	Nombreux articles dans les journaux locaux, site Internet, télévision régionale, affiches...	Affiches, journaux gratuits, radios gratuites, bouche à oreilles...
Authenticité	La fête est propre à un territoire	Oui (même s'il existe aussi en Allemagne mais sous une autre forme et a été reprise dans quelques villes de France)	Fête des vins n'est pas propre à Colmar, ni à l'Alsace mais unique car liée à une foire généraliste et agricole ainsi qu'à un festival de musique...	Propre à la ville de Ribeauvillé.	Propre à l'Alsace : Kilbe dans le Haut-Rhin et Messti dans le Bas-Rhin
	La fête met en valeur des caractéristiques d'un territoire	Présente les traditions de Noël en Alsace, met en valeur ses savoir-faire et la beauté de son patrimoine bâti	Vitrine des vins d'Alsace	Met en valeur une particularité propre au territoire de Ribeauvillé : son histoire	Jadis : fête populaire alsacienne
	La fête montre/utilise certains savoir-faire du territoire	Vente de produits locaux, mise en valeur de certains savoir-faire	Vins Produits artisanaux	Savoir-faire traditionnel lié à la musique et aux groupes musicaux, très développé sur l'axe rhénan Beaucoup de nouveaux savoir-faire (création de costumes, de chars...)	Quelques produits du terroir Jeux traditionnels

1) La fête renforce une volonté d'identité

a) Le temps et la périodicité au service de l'identité

i) La fête, un moment à part

La fête se caractérise essentiellement par le fait qu'elle est au hors du temps. Comme le dit Guy Di Méo dans le dictionnaire des fêtes c'est «*un espace temps interstitiel de la vie sociale.* ». Elle est en dehors de notre quotidien car elle perturbe l'ordre établi de notre société de façon temporaire. Si la fête se prolongeait dans le quotidien, elle ne pourrait plus se distinguer de celui-ci, elle perdrait ainsi sa symbolique et sa valeur identitaire pour la société, qui s'épuiserait dans une fête permanente. Les fêtes d'aujourd'hui ont justement cette tendance à se prolonger dans le temps, elles ne se démarquent plus vraiment du quotidien, d'autant plus qu'elles sont innombrables, elles perdent ainsi de leur lisibilité. Selon Philippe Muray(1977) : «*Dans le monde hyperfestif, la fête n'est plus en opposition, ou en contradiction, avec la vie quotidienne; elle devient le quotidien même, tout le quotidien et rien que le quotidien. Elle ne peut plus en être distinguée* ». La menace réside dans la perte de leur valeur identitaire dont la société a tant besoin aujourd'hui.

ii) Une valeur identitaire obtenue au fil du temps

Le temps est un élément déterminant pour transformer une manifestation à caractère festif en un véritable repère collectif pour les habitants. La valeur identitaire de chaque fête repose sur son histoire. Une fête ancienne a traversé les âges, chaque période l'a un peu transformée pour lui donner son caractère actuel. Mémoire vivante d'un territoire, elle permet à la population d'y retrouver son histoire, ses racines, mieux que dans n'importe quel livre ou musée historique. Or, aujourd'hui, dans un contexte de mondialisation et de mobilité importante, la population est de plus en plus en quête d'identité. Identité, qu'elle a du mal à retrouver dans des territoires ruraux qui perdent leur âme, soit parce qu'ils sont envahis par les touristes ou les urbains en quête de nature et de tranquillité, soit parce qu'ils se retrouvent désertés de leur population. La fête est donc un moyen de renouer avec des traditions perdues et une histoire oubliée.

iii) La périodicité, un moyen de renforcer l'identité

Pour devenir un élément identitaire efficace, un évènement doit se répéter et s'inscrire dans le cycle du temps pour acquérir un statut de symbole, c'est-à-dire devenir un signe de reconnaissance collective. La répétition des fêtes assure la cohésion d'une société, par le transfert de rites de générations en générations. La transmission des mêmes traditions, de la même histoire permet de créer des racines communes, constituant le ciment d'une société territorialisée. La fête est une marque d'authenticité pour une population car elle véhicule une histoire qui lui est propre et est caractéristique d'un territoire. Aussi, elle permet à cette société de se différencier de ses voisins et d'afficher ses typicités, mais aussi de se retrouver, de se reconnaître comme habitant d'un territoire.

La répétition, souvent annuelle, est déterminante pour qu'une manifestation arrive à s'ancrer dans le temps. Les fêtes calendaires sont liées au cycle des saisons, leur date et leurs symboliques en découlent. Par exemple, à Noël, fête du solstice d'hiver, on chasse les peurs liés aux ténèbres en célébrant une fête de la lumière. D'autres fêtes sont répétées tous les ans sans être liées aux saisons, la fête d'un Saint par exemple, était célébrée tous les ans à la même date, cependant cette manifestation était le plus souvent localisée, contrairement aux fêtes calendaires, plus universelles.

iv) L'évolution de la fête, une clef de compréhension de sa signification

L'origine de la fête est quelque fois le moteur de celle-ci, lui donnant à la fois sa raison d'être et une symbolique propre, qui a donné naissance à des rites, transmis de générations en générations. Quelquefois, au contraire, elle a été oubliée, effacée par le temps ...Souvent, dans ce cas là, elle a évolué en se transformant, totalement, à chaque changement de contexte, s'adaptant et se fondant dans son époque. Par exemple, au Moyen-âge, la religion était très importante, aussi, beaucoup de fêtes d'origine païenne, datant de l'Antiquité, ont été transformées pour être en adéquation avec les dogmes instaurés par le christianisme. Certains évènements n'ont aujourd'hui plus rien en commun avec la manifestation d'origine : la date, le nom, la signification, le programme,...tout peut avoir changé, d'où les difficultés pour certaines fêtes de retrouver leur origine. Si quasiment aucun évènement ne reste inchangé au cours de l'histoire, quelques uns ont su conserver toute leur signification depuis leur création.

La fréquentation, l'importance d'une manifestation pour une société varie également d'une époque à l'autre. Une fête ayant eu un fort succès au siècle dernier peut aujourd'hui tomber en désuétude ou le contraire. Une fête peut aussi disparaître complètement à une époque, soit car elle n'y est plus adaptée, soit elle peut être interdite par un régime, et réapparaître plus tard sous la même forme ou différemment. Dans le cas où une manifestation est de nouveau célébrée après des années d'absence, il est fort probable qu'elle comporte des éléments symboliques déterminant pour l'identité de la société.

v) Exemple 1 : Le marché de Noël

Aujourd'hui, Noël nous rappelle aussi bien les rituels de la culture antique célébrant le solstice d'hiver que la célébration de la naissance du Christ, d'une fête liée à la lumière à une fête religieuse pour certain... Cependant, elle est avant tout une fête familiale où les gens prennent plaisir à faire la fête ensemble. Et plus qu'ailleurs en France, c'est en Alsace qu'on ressent le plus la dimension festive de Noël. Cette fête y est traduite sous de multiples dimensions : festive, symbolique, spirituelle...et est marquée par de nombreuses traditions populaires. Celles-ci sont inscrites dans un cycle, allant de l'Avent, le temps de préparation de Noël, à l'Epiphanie. Le temps de l'Avent donne lieu à de multiples marchés de Noël dans toute la Région. A cette occasion de nombreuses villes et villages illuminent une place ou quelques rues et de nombreux stands y prennent place sur lesquels on peut trouver tout ce qui touche à la fête de Noël. Ainsi, des produits régionaux, des articles de décoration, des cadeaux divers sont vendus, mais également de quoi se restaurer.

(1) Une fête ancienne basée sur des traditions populaires

La tradition des marchés de Noël est très ancienne. Les premières traces de ces manifestations remontent au XIVème siècle en Allemagne et en Alsace. Strasbourg fut la première ville alsacienne à accueillir cette manifestation sous l'appellation «marché du Saint-Nicolas ». La fête fut ainsi rattachée à une tradition ancienne, très présente dans la Région, celle du Saint Nicolas, le Saint Patron des enfants. Elle fut vraisemblablement nommée ainsi car des brioches en forme de bonhomme (« Männele »), données traditionnellement à la Saint-Nicolas, y étaient vendues.

En 1570, sous l'influence des protestants strasbourgeois, luttant contre les traditions catholiques qui s'attachaient au nom des Saints, le « Christkindelsmärik » (le « Marché de l'Enfant Jésus ») a remplacé le marché de la Saint Nicolas. Son nom est lié au Christkindel (Enfant Jésus en Alsacien), symbolisant une jeune fille vêtue de blanc et coiffée d'un voile apparaissant le soir de Noël pour apporter des cadeaux aux enfants. Au XIXe siècle, le marché avait lieu huit jours avant Noël et se terminait lors la messe de minuit. Il prit de plus en plus d'importance et changea plusieurs fois de place pour s'étendre davantage. De nos jours, il occupe, à Strasbourg, plusieurs places et rues du centre ville et des centaines d'artisans vendent chaque année leurs produits pendant plus d'un mois, du début de l'Avent au 31 décembre.

(2) Le tournant décisif des années 90

Le marché de Noël de Strasbourg fut le premier d'Alsace, d'autres furent créés par la suite dans d'autres grandes villes d'Alsace et dans quelques villages. Toutefois, cette dynamique resta limitée : les marchés de Noël en Alsace pouvaient encore se compter sur les doigts des mains avant les années 90 ! Ils ne comptaient alors, pour la plupart d'entre eux que très peu de stands, sur lesquels on y vendait essentiellement des décorations de Noël, des sucrerie et des ingrédients pour confectionner les gâteaux traditionnels. Leur portée était donc uniquement locale et leur rôle utilitaire avant tout. Ce n'est qu'à partir de 1991, que le Comité Régional du Tourisme (CRT) en Alsace lance l'opération « Noël en Alsace » pour redynamiser le tourisme hivernal dans la Région. 38 communes d'Alsace ont adhéré au projet. Catherine Graesbeck, chargée du tourisme rural au CRT raconte : « *Nous avons défini ce que devait être une destination de Noël, accueil généreux, illuminations, décors, concerts. Il fallait un vrai spectacle dans la rue. Au travers des offices de tourisme, nous avons donc incité les artisans, les artistes et les commerçants à s'organiser et à s'intéresser au projet, pour apporter un contenu qui cadre avec ces attentes.* »⁴ D'une dizaine de marchés de Noël en 1991, l'Alsace est passée à 70 en 1997 et 115 en 2007. Le pari semble gagné, la Région attire chaque année environ 1,5 millions de visiteurs dont 300 000 étrangers... Dans ce succès, l'imaginaire a joué un rôle important : l'Alsace représente pour beaucoup le pays de Noël. De plus, l'opération « Noël en Alsace » a contribué à amplifier cette perception extérieure et ainsi à renforcer l'identité alsacienne. Cependant, certains regrettent cette évolution, comme Julien Bossert (Collectif de réappropriation de l'espace public de Strasbourg) : « Le centre-ville est surtout devenu une foire à touristes. Il y a vingt ans, on allait acheter des décorations fabriquées à la main par des artisans. Maintenant, je peux trouver une pyramide égyptienne ou des santons chinois... ». En endossant des rôles politiques et économiques, qu'il n'avait pas au départ, le marché de Noël a un peu perdu son âme, son authenticité.

vi) Exemple 2 : La Foire Régionale des Vins d'Alsace

La foire aux vins d'Alsace dure dix jours et a lieu tous les ans au milieu du mois d'août. A quelques semaines des vendanges, elle rassemble tous les professionnels de la viticulture alsacienne qui exposent leur production à des amateurs de vins venant du monde entier. Cependant cette manifestation, n'est pas seulement dédiée aux vins, contrairement à ce que pourrait nous faire croire sa dénomination. En effet, située au plein milieu de la période touristique, le visiteur peut venir déguster les vins d'Alsace, mais aussi venir découvrir les produits régionaux ou tout autres articles vendus par des artisans alsaciens et d'ailleurs. La foire est aussi une grande fête populaire qui attire de nombreux visiteurs par son festival de musique.

⁴ Citation reprise de l'article « Le conte à rebours des marchés de Noël » du Terra Economica du 28/11/2007 écrit par Blad Alexis et Galiana Charlotte

(1) Une longue maturation

Après l'annexion à l'Allemagne en 1871, pour réagir contre l'invasion des vins allemands en Alsace, la Ville de Colmar ainsi que la Chambre de commerce ne cessent de promouvoir les vins de la Région. Dans ce but, une bourse aux vins d'Alsace a été ouverte dès 1895. A partir de 1904, la Ville de Colmar a voulu, à plusieurs reprises, créer une foire, mais ce fut sans résultat. Après le retour de l'Alsace à la France à l'issue de la Première Guerre Mondiale, l'idée est reprise et aboutit à la naissance d'une Association de viticulteurs pour la défense et la promotion du vin d'Alsace.

En 1927, à l'initiative des autorités municipales et consulaires, une première foire est organisée avec la participation de viticulteurs alsaciens. Elle ne dure qu'une seule journée mais elle connaît un succès important.

Au lendemain de la seconde guerre mondiale, en 1948, la foire régionale des vins d'Alsace a été créée dans le but de redynamiser l'économie régionale en difficulté. En effet, la vigne était considérée à l'époque comme la seule vraie richesse d'Alsace. La Chambre de commerce de Colmar voulait faire de cette foire une véritable attraction touristique pour les vacanciers qui profitaient de leurs premiers congés payés. Les premières éditions se sont déroulées dans le centre ville de Colmar. Tous les soirs, autour du 15 août, les vigneron proposaient aux nombreux visiteurs de déguster leurs cépages en écoutant de la musique folklorique.

(2) Les concerts, un tournant majeur pour la foire

Au début, cette manifestation, uniquement basée sur la vente du vin d'Alsace et avec seulement une douzaine d'exposants, n'attirait pas beaucoup de monde. Aussi, rapidement, une foire gastronomique ainsi qu'une exposition de matériel agricole y sont associées. Et surtout, la foire est imaginée comme une véritable fête. De nombreuses animations sont prévues tout au long des 4 jours de fête et à la fin un cortège de char décoré est organisé. Malgré tous ces efforts, les ventes de vins restent modestes.

A partir de 1951, les organisateurs privilégient la dégustation au verre. L'année suivante, une section d'arts ménagers est proposée au public. En 1957, des soirées sont organisées à la foire au vin avec des artistes essentiellement régionaux. Leur programmation est confiée à Johnny Stark, futur découvreur de Mireille Mathieu. Mais dès l'année suivante, de grands artistes y passent : Mariano, Dalida, et Jean Yanne.

Peu à peu, la fête est devenue en plus d'une foire, un véritable festival de musique où des artistes de renommée nationale et internationale viennent chaque année se donner en concert. Le témoignage de Pierre Dopff, PDG de la maison de Riquewihr, qui en tant que viticulteur a participé au début de la foire aux vins nous montre les succès des premiers concerts : « *Installée au centre-ville, la foire était conviviale se souvient Pierre Dopff. C'était formidable, surtout avec les spectacles qui attiraient déjà beaucoup de monde* », se rappelle-t-il. Immanquablement comme tous les témoins de cette grande époque, un des meilleurs souvenirs de Pierre Dopff est le tour de chant du tout jeune Johnny Hallyday en 1961. « *Les gens étaient déchaînés ! Il y a presque eu une émeute. Les pompiers ont dû arroser tout le monde pour calmer les esprits...* ».⁵

⁵ Citation de Pierre Dopff dans un dossier de 1991 disponible sur le site du journal de l'Alsace : www.alsapresse.com/dossiers_classes/fov/histoire.html

En 1968, pour des raisons de sécurité, la foire fut transférée au Nord de la ville, dans l'actuel Parc des Expositions. Dans les années 80, la fréquentation ne cessa de croître et la nouvelle programmation des concerts permettra d'attirer un public plus large et plus jeune. En 2000 est inauguré un nouveau théâtre plein air destiné à la fête, d'une capacité de 10 000 places, il est la réplique alsacienne du Hollywood Bowl de Los Angeles. Aujourd'hui, les activités externes, à l'origine accessoires, ont pris une place majeure et la dégustation de vins est devenue marginale pour le visiteur. Néanmoins, pour les professionnels de la viticulture, la foire reste une excellente occasion de faire connaître le vin alsacien à des amateurs du monde entier.

vii) Exemple 3 : La fête des ménétriers

La fête des ménétriers a plus de 600 ans, elle figure parmi les plus anciennes fêtes alsaciennes. Chaque année, le premier dimanche de septembre, cette manifestation perpétue la fête antique donnée par les ménétriers pour honorer leur seigneur protecteur.

(1) Une origine lointaine mais connue

Des archives fixent la création de la fête en 1390. A partir de cette date les jongleurs, les musiciens, les poètes...se rassemblèrent en corporation sous la tutelle et l'autorité des Seigneurs de Ribeaupierre, les suzerains de la contrée. Jusqu'à là, les ménétriers cheminaient de ville en ville, sans domicile fixe et n'avaient pas d'existence reconnue. De plus leur réputation était mauvaise : ils étaient mal vus de la part de la bourgeoisie, qui leur reprochait de nombreux vices, et l'Eglise ne les reconnaissait pas comme leurs fils. Par leur entrée dans la corporation, leurs droits civiques furent reconnus et ils obtinrent des privilèges, notamment celui d'imposer à tout chanteur ou poète ambulancier l'obligation d'entrer dans leur confrérie. La reconnaissance du Seigneur changea le destin de ces gens, qui furent reconnus par la même occasion par l'Eglise. Pendant plusieurs siècles, le seigneur, puis ses descendants, leur accordèrent le soutien et la protection. Pour le remercier, les ménétriers témoignèrent des gloires du seigneur, ce qui servit à accroître et à perpétuer la renommée de la famille Ribeaupierre. La confrérie fut découpée en plusieurs sections en Alsace. Les raisons de ce découpage territorial étaient vraisemblablement d'ordre pratique car il permettait aux ménétriers d'éviter le voyage jusqu'à Ribeauvillé⁶. En effet, les déplacements à cette époque demandaient beaucoup de temps et comportaient des risques.

Tous les ans, le 8 septembre, les ménétriers d'une partie de l'Alsace se réunissaient à Ribeauvillé. Leur rassemblement avait pour but de célébrer leur sainte patronne, Notre Dame de Dusenbach lors du jour de la Nativité de la Vierge. Il rendait également hommage, ce jour là, à leur Seigneur et jugeait les causes de la corporation. En 1791, à la révolution, toutes confréries furent interdites et dissoutes, y compris celle des ménétriers de Ribeauvillé, mais les ménétriers avaient déjà arrêté de se rencontrer dès septembre 1788 après des conflits entre les différentes sections alsaciennes. Cependant, attachés à cette fête ancestrale, les habitants ont perpétué cette fête locale qui est devenue unique en son genre en France.

⁶ Ville de 5000 habitants située au Nord du Haut-Rhin, voir carte annexe 1.

(2) Un retour aux sources

Après la révolution, dès 1802, la fête des ménétriers fut associée à la foire annuelle accompagnée d'un bal champêtre. Se situant toujours début septembre, elle fut déplacée par commodité le dimanche. Cette manifestation n'avait plus rien à voir avec celle de la corporation, si ce n'est son nom. En 1890, le 500^{ème} anniversaire de la fête fut célébré sous l'occupation allemande et renoua avec son passé historique. Ballotés entre la France et l'Allemagne, les habitants de Ribeauvillé trouvèrent ainsi, en mettant en avant une particularité de leur histoire, le moyen d'affirmer leur identité propre. Après la première guerre mondiale on introduisit des chars et une fontaine à vin sur la place du marché

Dès 1930, la fête devint une manifestation populaire très courue en Alsace. Aujourd'hui, modernisée, elle est conçue comme un véritable spectacle, où 1500 figurants participent pour faire revivre des scènes du Moyen-âge. Un cortège composé de cavaliers et de chars accompagnent les ménétriers d'aujourd'hui venus de toute la vallée rhénane. La fête connaissant un succès important a tendance à vouloir se prolonger dans le temps. Des activités diverses ont été prévues autour de la fête pour la prolonger mais surtout pour rallonger le séjour des touristes venus participer à l'évènement.

(3) Des rites pas si différents qu'aux origines

Avant la révolution, les ménétriers se rassemblaient la veille à l'auberge « Zur Zonne » (la maison des ménétriers) et fêtaient leur retrouvaille. Aujourd'hui, les villageois commencent aussi la fête la veille par une retraite aux flambeaux et un bal. Le lendemain, les ménétriers, à l'origine, parcouraient la rue pour réveiller leurs compagnons, aujourd'hui un réveil musical est organisé pour toute la ville. Au Moyen-âge la religion était très importante, la journée commençait donc par une messe en l'honneur de la sainte patronne des ménétriers. La procession commençait le matin, après la messe elle emmenait la foule vers le château des Ribeaupierre, où les ménétriers rendaient grâce au Seigneur pour son soutien. Puis, à 15 heures, un tribunal jugeait les causes de la corporation car c'était l'unique moment où celle-ci se retrouvait. Aujourd'hui des animations musicales sont prévues dans la rue principale le matin pour préparer la population aux réjouissances de l'après midi. Si les chars qu'on peut voir aujourd'hui dans le cortège n'étaient pas présents à l'origine, où seuls les ménétriers et les habitants le constituaient, c'est une volonté actuelle de faire de la procession un véritable spectacle avec des décors. Les ménétriers terminaient les festivités par une soirée aux frais du seigneur. Aujourd'hui avec toujours autant de réjouissances, les résultats du concours de chars sont annoncés et sont accompagnés d'une fête au jardin public.

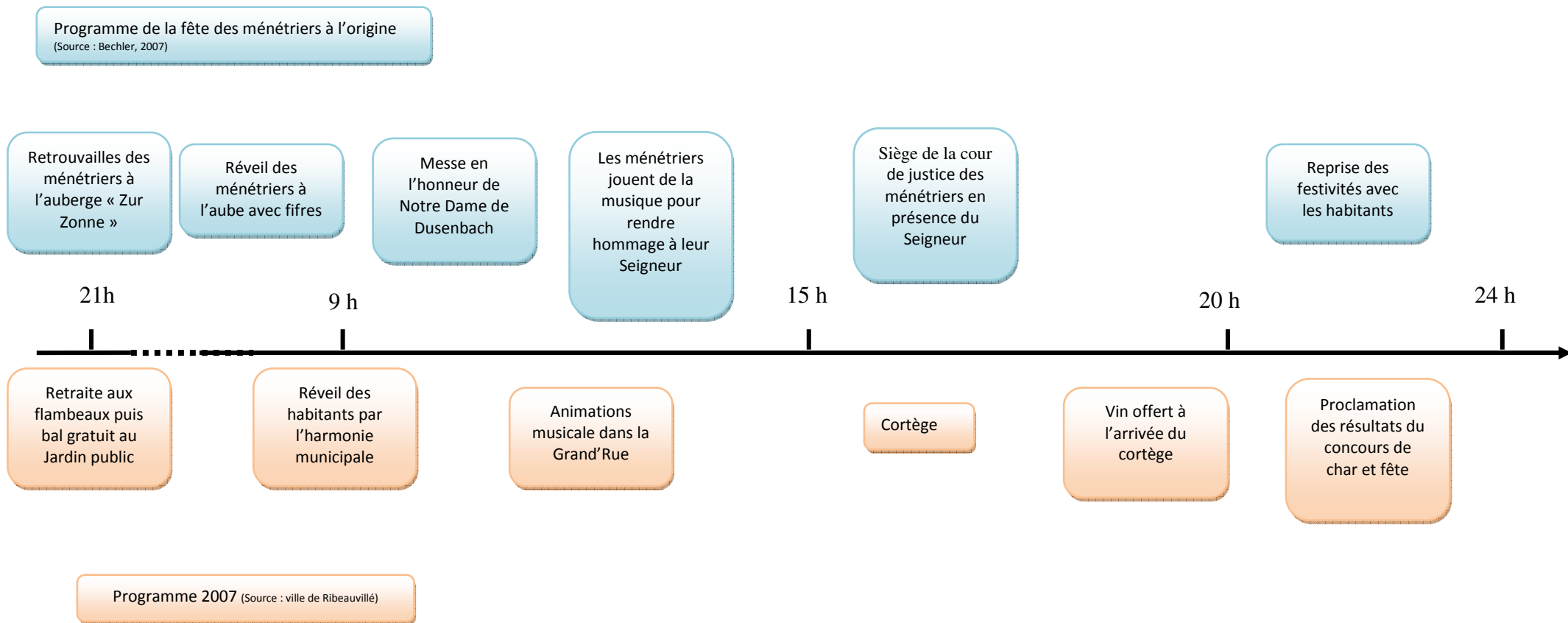


Figure 3 : Programme de la fête des ménétriers à son origine et aujourd'hui

viii) Exemple 4 : La Kilbe

Autrefois de nombreuses fêtes populaires animaient les villages de la Région durant toute l'année. La « Kilbe » dans le Haut-Rhin ou « Messti » dans le Bas-Rhin constituait un des plus importants rendez-vous de divertissement pour les populations villageoises en Alsace. Presque chaque village possédait sa fête et pour certains, elle était l'unique distraction de l'année. Cette fête existe toujours aujourd'hui mais sa forme et son importance ne sont plus les mêmes.

(1) Une origine lointaine et floue

L'origine de cette fête est très ancienne. D'origine agricole, elle était donnée en l'honneur de la déesse des champs, lors de la moisson. Plus tard, au Moyen-Age, l'église les fusionna avec des fêtes religieuses. Aussi, l'origine du mot Messti vient de « Messtag », c'était le jour de la grande messe solennelle suivie d'un marché et accompagnée d'une fête foraine. Cette fête était donnée en l'honneur d'un Saint. La Kilbe, quant à elle, vient de « Kirchwihe », la fête de dédicace de l'église. Les deux fêtes étaient donc à l'origine essentiellement religieuses. Elles fusionnèrent par la suite pour former les fêtes populaires alsaciennes, célébrées soit lors de la dédicace de l'église, soit lors de la fête du Saint patron du village.

La fête fut interdite lors de la révolution. Lorsqu'elle réapparut, sous Louis XVIII, elle devint essentiellement une fête profane, associée aux travaux des champs et fêtée au moment de répit des travaux agricoles. La date de la fête pouvait se situer de juin à septembre. En 1813, un décret parut dans les actes de la préfecture notant que le droit de tenir la fête, dans chaque commune, serait attribué, chaque année, aux enchères au plus offrant. Dans le Bas-Rhin, le personnage qui remportant ces adjudications était nommé le « Messtiburscht ». Il avait le droit d'organiser les festivités et il pouvait retirer les bénéfices de la vente des boissons et des diverses attractions. Plus tard, son rôle d'organisateur va disparaître, il aura plus un rôle symbolique, celui de demander auprès du maire l'ouverture des festivités.⁷

(2) Le déroulement traditionnel d'une Kilbe (après la révolution jusqu'aux années 60)⁸

Même si la Kilbe, débutait en réalité le dimanche matin avec les retrouvailles familiales, elle commençait réellement à 13 heure l'après midi et se prolongeait jusqu'au lundi soir. Ce jour là, appelé le « Kelwa-Mandig », les participants prenaient congés et les enfants n'avaient pas école. Puis la fête reprenait le samedi suivant et se terminait le second lundi.

La fête était un moment fort dans la vie sociale du village mais c'était avant tout l'occasion de revoir des membres de la famille qui arrivaient des villages alentours pour l'occasion. La fête débutait dans le cercle familial. On accueillait les nouveaux venus dans la « stube », pièce principale de la maison où on servait un bouillon pour les femmes et un verre d'alcool pour les hommes. Puis on se rendait à la messe pour assister à l'office avant de passer à table.

La Kilbe ne débutait que réellement à partir du premier son de clairon. Un cortège, initialement constitué de conscrits⁹ et du « Kilbehüter » (un personnage bien bâti, une grosse fleur à la boutonnière et armé d'un fusil) passait de maison en maison enfin de recueillir les villageois. Ils emmenaient avec eux, le mouton de la Kilbe, le « Kelwahammel ». Les habitants de village rassemblés, le cortège se terminait à la maison du maire qui après un petit discours déclarait les festivités ouvertes par un coup de fusil.

⁷ Ce paragraphe a été écrit grâce à la lecture du livre : L'Alsace et ses fêtes, Georges Klein, Gérard Leser, Freddy Sarg, Difal Erce Jérôme Do Bentzinger Éditeur 1995.

⁸ Photo de la Kilbe de 1954 dans l'annexe 2.

⁹ « Jeune homme inscrit sur les listes de recrutement et appartenant à une classe qui doit être prochainement incorporée. » (Dans l'armée). Dictionnaire Hachette de la langue française, 1985.

Les villageois se dirigeaient alors la fête avec ses stands de tir, ses manèges, ses jeux de quilles, sa loterie, des balançoires, ses manèges...et surtout sa piste de dance. Après une série de danses réservées aux conscrits et aux notables du village, la foule pouvait danser et, plus tard, profiter des animations de la fête foraine.

La Kilbe était aussi l'occasion pour les associations de gagner un peu d'argent. Pour cela, toutes sortes d'activités étaient organisées en plus de la fête foraine. Ainsi le mouton de la fête était mis aux enchères, au plus offrant ou à celui qui estimait le poids exact. Les pompiers vendaient du pain d'épices. Une activité consistait à essayer d'escalader un immense arbre au tronc pelé et enduit de savon noir, le « Kelwabaum ». Le droit d'y grimper s'achetait et celui qui arrivait jusqu'en haut gagnait le lot qu'il parvenait à détacher d'une des branches.

La Kilbe prenait fin « le second lundi avec son Bibeletanz, danse gratuite réservée aux tous jeunes qui prenaient possession de la piste dans un joyeux et bruyant désordre, avec distribution de papillotes et de « Schümbomboms ». Le lendemain, les conscrits enterraient la Kilbe en déambulant dans le village habillés de noir, en se lamentant, et en vidant les derniers litres du tonneau qui les accompagnait durant toutes ces festivités sur un chariot à ridelles. La fin de la Kilbe marquait la fin de leur vie de conscrit, et annonçait les premiers départs à l'armée dès le début de l'année suivante...». Source : Histoires de conscription, les conscrits d'Ingersheim, Eugène Schubnel avec la collaboration de Michel Rogez, Société d'Histoire et de Culture d'Ingersheim.

(3) Evolution de la fête (à partir des années 60)¹⁰

La fête a peu à peu évoluée. En 1972, Charles Distel écrit :

« Aujourd'hui, la Kilbe a évolué en ce sens qu'elle offre plus d'attractions que par le passé. Les carrousels, les autos-boxe, les jeux de quilles, les stands de tir et autres rivalisent pour une bonne ambiance, et grands et petits, jeunes et vieux, chacun y trouve son compte. »¹¹

En 1970, le changement apporté par de nouvelles attractions, plus modernes et mécanisées pour certaines est perçues comme une diversification intéressante des activités, même si la manifestation peut s'apparenter de plus en plus à une fête foraine. A cette époque la participation à la fête était encore importante, tout le village était présent.

Cependant, les modes de vie changèrent progressivement. Après avoir subi d'importantes pertes de population qui partit travailler en milieu urbain, la campagne accueillit de nombreuses personnes venant de la ville en quête de tranquillité et de calme. Ces dynamiques renforcèrent l'hétérogénéité des villages. En effet les néo ruraux ont des habitudes de vie et des besoins différents (loisirs urbains, mobilité importante...) des personnes logées dans les quartiers plus traditionnels et ne s'intègrent que difficilement dans la vie sociale villageoise. Autrefois, tous les habitants participaient à la Kilbe, c'était un moment important dans la vie sociale du village et un moyen de revendiquer son appartenance à la communauté. Aujourd'hui, beaucoup de personnes nouvellement arrivées à la campagne n'ont aucun de lien fort avec le village car elles n'ont pas de passé, de racines communes avec le peuplement d'origine. Les Kilbes n'ont donc pour eux aucune signification, elle représente une fête quelque peu vieillotte...

¹⁰ Photos de la Kilbe en 1954 et 2008 dans l'annexe 2.

¹¹ Source : Charles Distel, Wintzenheim et son Canton, 1972

La mobilité toujours plus importante des personnes, l'allongement du temps des loisirs et la multiplication des fêtes contribuèrent également à la modification de la Kilbe. Autrefois, elle était, pour beaucoup, le seul moment de divertissement annuel. Aujourd'hui, beaucoup de personnes disposent de plus de temps à consacrer aux loisirs et d'un ou voire plusieurs véhicules par famille, ce qui facilite les déplacements vers d'autres lieux de divertissements. Ainsi les personnes peuvent facilement se rendre en ville où une palette diverse et variée de fêtes et de loisirs leur sera proposée. A la campagne, les fêtes aussi se multiplient. Jadis, dans un village, la Kilbe fédérait toutes les associations, aujourd'hui chacune organise sa propre fête. De plus de nombreuses manifestations sont mises en place par les politiques afin de montrer un territoire dynamique et attrayant.

Toutes ces raisons et bien d'autres encore, font que les Kilbe d'aujourd'hui ne sont plus les mêmes que celles d'antan. Pour beaucoup d'entre elles, seul le bar du samedi soir a été conservé. Tous les rites pratiqués le dimanche n'existent plus, faute de participants et de forains volontaires. Si les Kilbe se maintiennent, c'est par la force de la volonté de quelques villageois motivés et un peu nostalgiques du temps passé.

		Marché de Noël	Foire aux vins d'Alsace	Fête des ménétriers	Kilbe
Origine	Date	Origine : XIVème siècle-premier marché de Noël en France à Strasbourg	Origine : 1948	Origine : 1390	Origine : ancienne et date mal connue
	Signification à l'origine	Rattaché aux traditions existantes : Saint Nicolas, Christkindel, Noël Rôle symbolique et utilitaire de la manifestation	Créer pour redynamiser pour revitaliser la viticulture alsacienne But : économique mais également pour conserver un élément identitaire cher à la Région	A l'origine : fête de la confrérie des ménétriers d'Alsace pour rendre hommage à leur Sainte Patronne et à leur Seigneur protecteur	Origine lointaine liée au cycle des saisons, puis religieuse Permet aux individus de sentir leur appartenance à une communauté et de montrer leur identité propre
Evolution	De l'origine à aujourd'hui	Au début fête juste présente dans quelques communes d'Alsace, puis par volonté politique extension à toute la Région . Au début fréquentation et artisanat local, aujourd'hui : fréquentation plus large et produits venant d'origines très diverses	Diversification de la manifestation pour assurer son succès Festival de musique : a permis à la foire de devenir une manifestation d'une très grande ampleur	Transformée après la révolution en bal champêtre, elle est aujourd'hui plus proche de la fête d'origine .	A chaque époque s'est adaptée à son contexte Aujourd'hui : perte de son importance , les rites qui lui étaient propres ne sont plus pratiqués
	Changement	A partir des années 90 : a gagné un rôle économique et politique qu'elle n'avait pas auparavant Reconnu comme élément identitaire de l'Alsace à l'extérieur , mais peut perdre sa valeur identitaire pour les alsaciens (afflux de touristes, produits de toutes origines)	Les débuts difficiles et la volonté des organisateurs à surmonter ces obstacles ont permis de créer une fête des vins unique en son genre et à contribué à son succès plus uniquement centré sur la promotion du vin	Au 500 ^{ème} anniversaire de la fête : reprise du cortège, volonté de renouer avec l'histoire, de retrouver ses racines Temps a permis de donner une valeur symbolique et identitaire à la fête	La fête a perdu en partie sa valeur symbolique et identitaire
Date de la fête		Temps de l'Avent Fait partie des traditions populaires de Noël Avant Noël : vente de produits de décoration et des cadeaux pour la fête	Mi-août Avant les vendanges, vacances et périodes de tourisme, le week-end du 15 août inclu	Tous les premiers dimanches du mois de septembre , à l'origine jour de Nativité de la Vierge, patronne des ménétriers	Fête de dédicace de l'église ou fête du saint patron du village, de juin à septembre Aujourd'hui : du printemps à l'automne
Durée		Durée : 8 jours à l'origine Aujourd'hui : 4 semaines	Durée : 10 jours	Durée : un jour	Durée : deux week-end de suite Aujourd'hui : plusieurs samedi soirs de suite (souvent 3)
Programme actuelle		Stands à visiter et activités annexes	Stands à visiter et activités annexes	Cortège et activités centrés sur la musique et le Moyen-âge	Bal populaire

ix) Commentaire du tableau

(1) Une identité créée au fil du temps avec de nouvelles logiques à prendre en compte

La valeur identitaire d'une fête s'établit au fil du temps. La fête des ménétriers en est un bon exemple. Après la révolution, la confrérie des ménétriers qui étaient le cœur même de la fête et, en même temps, sa raison d'être n'existait plus. Un bal populaire a pris sa place. Cette fête, qui s'apparentait à une Kilbe n'avait plus rien à voir avec la fête d'origine. Lors du 500^{ème} anniversaire, l'Alsace était allemande, ballotée entre les deux pays. Celle-ci était en quête d'identité. C'est à ce moment là que la fête renoua avec ses traditions d'origine. Néanmoins la manifestation a su également évoluer avec son temps. Aujourd'hui le cortège d'origine est toujours présent, mais des chars, des figurants... y ont été ajoutés pour créer une ambiance festive. Certes, cette manifestation relève peut-être plus du spectacle et a perdu un peu de sa spontanéité d'origine. Cependant, elle conserve son identité forte autant pour la population de la ville dont beaucoup d'associations participent à la préparation de la fête, que pour la population extérieure qui reconnaît en Ribeauvillé « la ville des ménétriers ».

Si le temps est un facteur déterminant pour donner une valeur identitaire à une fête, celle-ci peut aussi contribuer à la perdre. La Kilbe, fête calendaire et religieuse a son fonctionnement lié au mode de vie traditionnel, basé sur le cycle des saisons et donnant une place importante à la religion et aux rites populaires. La fête n'a pu suivre l'évolution de notre société. Même si elle existe toujours, elle n'a plus son importance d'autrefois. L'ensemble des rites pratiqués lors de la fête du dimanche n'existe plus aujourd'hui, la manifestation a perdu une grande partie, voire toute sa signification.

Le temps ne semble pas pour les nouvelles manifestations le seul facteur contribuant à attribuer succès et pérennité à une fête. Les marchés de Noël par exemple étaient, pendant longtemps connus au sein de la Région, mais peu à l'extérieur. Au début des années 90, le Comité Régional d'Alsace décida de créer un réseau de marchés de Noël à travers toute la Région : « Noël en Alsace ». Cela a permis de faire connaître la manifestation à l'extérieur. L'Alsace était déjà connue pour ses traditions de Noël, maintenant son marché de Noël est devenu un de ses éléments identitaires. Par contre, avec l'arrivée massive de touristes et des produits locaux de moins en moins nombreux, la valeur symbolique et identitaire apportée par la fête tend à s'estomper. Surtout depuis que les autres régions françaises se sont approprié cette manifestation.

Des fêtes plus récentes ont été créées dans un but essentiellement économique et politique. La foire aux vins d'Alsace en fait partie. Initiée en 1948 après la deuxième guerre mondiale, elle avait pour rôle de redynamiser l'économie alsacienne en promouvant une des seules richesses alsaciennes à l'époque : le vin. Pourtant, même si à première vue cette manifestation a été mise en place pour des raisons économiques, on peut toujours y voir une volonté régionale d'affirmer son identité. En effet, le vin d'Alsace est un symbole phare de l'Alsace. En faisant connaître un des ses produits typiques à l'extérieur, la Région affiche sa singularité et ses particularités. De plus, depuis qu'une foire agricole et généraliste s'est jointe à la manifestation, toutes sortes de produits du terroir peuvent se retrouver sur ses stands. Peu après, un festival de musique s'y est ajouté, augmentant de façon importante le succès de la manifestation. Aujourd'hui, la manifestation est devenue emblématique de l'Alsace, le vin n'est pas le seul élément responsable de ce succès. Elle est considérée comme une grande fête populaire pour les alsaciens, qui y voient un moyen de se distraire durant leurs vacances estivales (Weiss, 1991)¹² Pour les visiteurs extérieurs, c'est un moyen de découvrir l'Alsace et d'écouter de grandes stars internationales. Pour les fêtes anciennes leur valeur identitaire est indiscutablement liée au temps, au contexte dans lesquelles elles se trouvent et aux valeurs symboliques qu'elles véhiculent. Les fêtes contemporaines semblent être portées par d'autres logiques (politiques, économiques...). Néanmoins, on y retrouve toujours une quête d'identité et le temps est nécessaire pour établir leur succès.

(2) Dates et périodicité de la fête

Toutes les fêtes prises en exemple sont répétées d'année en année. La périodicité permet de les ancrer dans le temps et d'en faire un repère symbolique pour la population. Les dates des fêtes peuvent avoir été choisies pour différentes raisons et avoir différentes significations pour les habitants d'un territoire. La Kiltze a eu plusieurs influences au cours de son histoire, le choix de sa date en est le témoin. Elle était fêtée soit lors d'une fête patronale soit lors de la fête de dédicace de l'église. Cependant, elle a eu également des influences païennes, la liant ainsi au cycle de la nature, elle pouvait donc avoir lieu de juin à septembre, en dehors des grandes périodes de travaux agricole. Cependant, aujourd'hui, le choix de sa date est entièrement dépendant de la volonté de ses organisateurs.

La date de la foire aux vins de Colmar est avant tout économique et pratique. Elle se situe avant les vendanges permettant ainsi aux viticulteurs d'être présents et d'écouler leur stock de l'année. Elle se déroule également au milieu de la période estivale et comprend le week-end du 15 août permettant ainsi d'accueillir des vacanciers.

La fête des ménétriers se tient tous les ans le premier dimanche de septembre pour des raisons historiques. En effet, les ménétriers se réunissaient tous les 8 septembre, le jour de Nativité de la Vierge. La fête fut déplacée le dimanche le plus proche de cette date par raison de commodité.

Les marchés de Noël vendaient autrefois tout ce qui était nécessaire pour préparer la fête : ingrédients pour les petits gâteaux, décoration, cadeaux..., ce qui explique que celle-ci fut placée durant le temps de l'Avent. Les dates des fêtes sont le plus souvent liées à leurs origines et à leur signification. Quoique là encore, l'économie et la politique sont des facteurs déterminants dans ce choix pour les manifestations contemporaines.

¹² Référence disponible dans les dossiers Alsapresse sur : www.alsapresse.com/dossiers_classes/fov/editos.html

(3) Une nouvelle manière de pratiquer la fête

Les fêtes anciennes sont constituées d'un ensemble de rites pratiquées depuis des siècles. Même évoluant au cours du temps, ils donnent une valeur symbolique à la manifestation. La fête des ménétriers a conservé certains de ces rites antiques : le réveil musical du matin, le cortège, ... La Kilbe, quant à elle, les a perdus. Son cortège du dimanche matin n'existe plus avec ses personnages symboliques : « Kilbehüter », le « Kelwahammel », Avec le développement des loisirs¹³ et du temps libre, les fêtes ont tendance à s'apparenter avec une activité de divertissement comme une autre. Ainsi on voit apparaître des manifestations qui proposent un ensemble d'activités simultanées laissant souvent le participant dans un rôle passif de spectateur. La fête des ménétriers, fête aujourd'hui mixte, a ce type d'activités le matin. Les animations multiples et variées des marchés de Noël et de la foire aux vins rentrent aussi dans cette logique. Cependant, ces deux dernières manifestations faisant parties de la catégorie des foires et marchés privilégient les activités commerciales.

(4) Des fêtes toujours plus longues

Autrefois, bien délimitées dans le temps, les fêtes ont tendance à se rallonger. Le marché de Noël s'étale actuellement sur quatre semaines et voire cinq alors qu'à l'origine il ne durait que six jours. La fête des ménétriers tentent de se prolonger dans le temps par des activités diverses entourant la fête. La Kilbe, quant à elle, même si elle n'est fêtée que le samedi soir, se prolonge sur trois voire quatre week-ends de suite alors qu'autrefois elle ne figurait que sur deux semaines consécutives. Et la foire aux vins, fêtes contemporaines, durent dix jours, ce qui est très long pour une fête si on les compare à celles d'antan. Dans cette prolongation des fêtes on peut y voir une volonté politique et économique avant tout, étendre le temps de la fête c'est un moyen de faire venir plus de visiteurs et de rapporter plus. Néanmoins, cette dynamique est aussi due à la tendance actuelle de confondre fête et loisirs.

¹³ En un siècle (XXème siècle) le temps de travail a été divisé par deux et le temps libre a été multiplié par cinq. (Rabatel dans CERTU, 2006)

b) Une appropriation particulière de l'espace

L'espace de la fête est toujours, en théorie, restreint¹⁴ et local, elle n'occupe souvent qu'une petite partie du territoire. Les lieux de la manifestation ne sont jamais choisis au hasard, ils correspondent le plus souvent à des places ou des rues centrales et emblématiques, et avant même que la fête y prenne place, ils ont une signification importante pour la population. Cependant, la manifestation peut aussi occuper parfois des espaces insoupçonnés et presque inconnus des habitants du territoire.

La fête transforme temporairement le territoire qu'elle occupe, soit par un chaos apparent, une effervescence momentanée, que l'on peut souvent observer dans les fêtes populaires et traditionnelles, soit par une mise scène étudiée de ces espaces qui leur donnent un côté extraordinaire, féérique, ou les deux à la fois... La manifestation modifie la vision qu'a la population de ces lieux et change leur signification.

Cependant, elle ne fait pas que transformer les lieux qu'elles habitent, elle contribue également à les lier, d'un lien symbolique, tissé par la pratique de rites propres à la fête. Cet agencement de lieux participe à la création d'un nouvel espace approprié par les participants : l'espace de la fête. Pourtant, il faut nuancer cette capacité de la fête à créer de nouveaux territoires, aujourd'hui certaines fêtes contemporaines proposent de nombreuses activités simultanées, sur des lieux distincts, n'ayant aucun lien entre eux.

La fête, en plus de transformer le territoire qu'elle occupe, pour lui donner une identité particulière, permet de le distinguer par rapport aux autres territoires. Ainsi, la manifestation est l'occasion d'affirmer ses différences et ainsi de prouver, en quelque sorte, au monde extérieur, son existence et son identité propre.

Aujourd'hui, la portée des fêtes, surtout pour les plus importantes, semblent plus large que pour celles d'y à peine cinquante ans. En plus de leur fonction festive, elles revêtent des fonctions politiques, dont celle de donner une vision dynamique du territoire à l'extérieur. Pour soutenir cette image, la fête est soigneusement organisée par des acteurs souvent placés à une échelle plus petite que celle de la fête (de la communauté de commune, de l'Agglomération, voire du département ou de la Région). Par soucis de perfection, on fait souvent appel à des professionnels. La fête implique donc, par son ampleur et les moyens (aussi bien techniques que financiers) qu'elle nécessite, un territoire plus grand que la localité qui accueille la manifestation. Quelque fois, lorsque des territoires proposent de nombreuses fêtes du même type, des réseaux ont été créés, pour plus de lisibilité et éviter la concurrence, mais également pour donner une réelle identité à un territoire plus large que celui des fêtes. Dans ce cas là, la manifestation s'inscrit dans une logique de plus grande ampleur, allant au-delà de la manifestation locale.

¹⁴ « Toute manifestation festive obéit donc à la double convention de la restriction spatiale de son déroulement et du contrôle temporel de sa durée. »(Di Méo, 2005)

i) Exemple 1 : Le marché de Noël

Peu de fêtes sont capables de transformer une Région entière pendant un mois, les marchés de Noël y arrivent. Si les villes offrent les plus grands et souvent les plus beaux marchés, les villages, même les plus petits, participent également, chacun préparant une fête à sa mesure et en y mettant son grain d'originalité.

(1) Des pays de Noël pour une vision d'ensemble du territoire en fête

Cependant devant ses multiples événements parsemés sur tout le territoire, un visiteur extérieur peut se sentir un peu perdu et ne pas savoir vraiment vers laquelle se tourner. Ainsi, pour organiser et soutenir les animations de Noël sur le territoire régional, 7 pays de Noël ont été mis en place en 1998 par la Comité Régional du Tourisme d'Alsace, chacun ayant son identité propre. Par pays, un office de tourisme pilote assure une mission de coordination de l'ensemble des événements. Cette initiative a pour but d'offrir aux visiteurs, par soucis de qualité, une palette variée et lisible d'activités sur le territoire.

Les marchés de Noël tiennent bien sûr une place primordiale dans ces 7 pays, chacun basé sur une légende ou un savoir-faire typique du territoire.



Figure 4 : Les pays de Noël en Alsace
Source : Comité du Tourisme d'Alsace

(2) Les villes de Noël

Les marchés de Noël sont l'occasion de faire découvrir les grandes villes d'Alsace, chacune préparant avec grand soin l'évènement. Aucun marché de Noël n'est identique, chacun tient compte de la spécificité du lieu dans lequel il se déroule et le met en valeur par une illumination et une décoration unique. Durant toute la durée des événements, les villes sont mises en scène comme de véritables spectacles, avec des jeux de lumières et couleurs qui mettent en avant la beauté architecturale des bâtiments et donne un air féérique à la fête. Certaines villes ou villages, pour se différencier des autres, ont choisi de donner un thème à leur marché de Noël, celui de Ribeauvillé, par exemple, permet au visiteur de remonter de quelques siècles en arrière et prend un air moyenâgeux...

Les plus célèbres marchés de Noël d'Alsace sont ceux de Strasbourg et de Colmar. Cette dernière attire les touristes par sa beauté et sa féerie. Durant toute la durée de l'évènement, la ville est mise en scène comme un véritable spectacle ; les décorations de Noël se conjuguent avec les illuminations nocturnes, mettant en avant son patrimoine architectural exceptionnel et lui donnant un caractère de conte de fées. Plusieurs petits marchés Noël sont parsemés dans toute la vieille ville permettant aux touristes de découvrir plusieurs lieux emblématiques de la cité. Les visiteurs du marché de Noël de Colmar peuvent s'aventurer au-delà de la ville pour aller visiter les petites villes et villages typiques alentours qui pour certains ont aussi leur propre marché de Noël (Kayserberg, Riquewihr, Ribeauvillé...). Aller au marché de Noël de Colmar permet également de faire un petit tour par la route des vins... Strasbourg, quant à elle, profite de sa renommée de ville européenne où il fait bon vivre pour attirer les touristes, qui en profitent en même temps pour visiter son patrimoine. Son marché de Noël est le plus ancien de France, il existe depuis 1570. Depuis, il s'est étendu pour accueillir aujourd'hui des centaines d'artisans sur plusieurs places de la ville. Un chemin de lumière guide le touriste à travers son cheminement qui peut par exemple l'amener vers le marché aux « Bredele » (petits gâteaux de Noël), le marché aux artisans ou vers l'immense sapin de Noël installé place Kléber, décoré telle une œuvre d'art....

A Mulhouse, le marché de Noël se tient au pied du temple Saint Etienne, sur la place de la réunion. Pour l'occasion, les façades typiques de la place sont ornées d'étoffes et mise en scène par mille lumières. De multiples animations y sont organisées chaque année telle que des contes, des chants, des concerts de l'Avent et des ateliers d'étoffes,...

Sélestat est la ville d'origine des sapins de Noël. Son marché de Noël ne pouvait donc pas l'ignorer, ainsi on peut y trouver un marché spécialement dédié à la vente des sapins de toutes tailles et de diverses essences et où des producteurs locaux conseillent l'acheteur pour l'entretien de son arbre de Noël.

(3) Une ville en fête, exemple de la ville de Colmar¹⁵

(a) Un marché de Noël composé de plusieurs lieux distants

Le marché de Noël a lieu au cœur de Colmar dans la vieille ville. Les lieux principaux qui accueillent les marchés de Noël et les diverses animations n'ont pas été choisis au hasard. En effet, chacun, par le rôle qu'il a joué dans le passé, a aujourd'hui une valeur symbolique et identitaire pour la population. Ces lieux ont été également choisis pour leur grande qualité architecturale. D'ailleurs, un architecte participe à la conception et à la réalisation des marchés de Noël afin de préserver l'authenticité du site.

(i) Le marché de Noël place des Dominicains

Ce marché de Noël est adossé à l'église des Dominicains. Datant du 13^{ème} et 14^{ème} siècle, celle-ci accueille le tableau du célèbre peintre colmarien Martin Schongauer (1453-1491) : « La Vierge au Buisson de Roses ». Les vitraux de cette église éclairent la place et lui donnent une ambiance féérique.



¹⁵ Les nombreuses photos illustrant cette partie ont été reprises du site des marchés de Noël de Colmar disponible sur : www.noel-colmar.com

Marché et animation de Noël au centre ville de Colmar en 2007



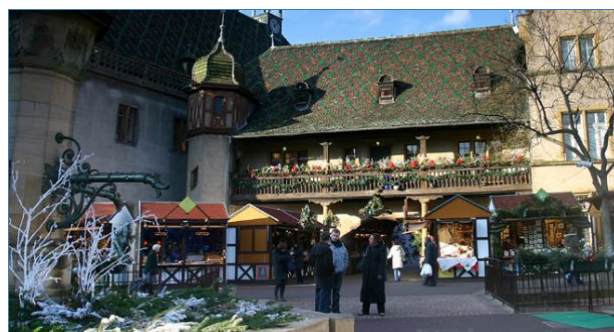
(ii) Le marché de Noël place Jeanne d'Arc



Ancien marché aux chevaux, quelques maisons anciennes à colombages bordent cette place ainsi que de grands bâtiments du XVIIIème siècle.

(iii) Le marché de Noël intérieur et extérieur du Koïfhus

Le marché de Noël extérieur se trouve en face du Koïfhus, une ancienne douane datant du 14ème et 15ème siècle. Elle était le siège administratif et économique et le symbole de la puissance de Colmar au Moyen-âge. Cette bâtisse donne un cadre prestigieux au marché artisanal d'art qu'elle abrite.



(iv) Le marché de la petite Venise

Ce quartier au bord de l'eau est un des lieux les plus connus de Colmar à cause de sa beauté et de sa typicité. Jusqu'au milieu du XXème siècle, les maraîchers descendaient la Lauch pour se rendre dans leur jardin avec des barques à fond plat, qui pouvaient évoquer des gondoles, d'où le nom de ce lieu.



Des jeux de couleurs et de lumières mettent en valeur la rivière et les bâtiments qui la bordent pour donner une ambiance festive et colorée. Atmosphère retrouvée dans le marché de Noël où les maisonnettes sont ornées de découpes d'animaux et de couleurs vives pour le plus grand plaisir des enfants auxquels ce marché est dédié.

(v) Place Rapp et Champs de Mars

Ces lieux accueillent la patinoire extérieure et le marché aux sapins, mais également des monuments réalisés par Bartholdi dont un représentant le général Rapp, rendu célèbre lors de la Révolution. La place Rapp est une ancienne place d'armes et aujourd'hui la plus grande place de Colmar. En période de Noël, près de 200 arbres sont placés à différentes hauteurs, rappelant ainsi les forêts vosgiennes.

Autrefois, déjà, la place Rapp accueillait les patineurs, qui tournoyaient autour de la statue du général. En effet les employés municipaux aspergeaient d'eau la place pour former une patinoire des plus naturelles.

Ces lieux sont, pour le plus grand nombre, emblématiques de la Colmar et ont chacun leurs particularités ce qui ont contribué à former six marchés de Noël ayant une connotation et une tonalité propre permettant à chacun de s'identifier.



(b) Des liens pour fédérer les espaces de la fête

Ces marchés de Noël ne sont pas détachés les uns des autres. Le territoire de la fête n'est pas uniquement constitué de ces lieux, la ville entière est plongée dans une ambiance féérique et c'est cette atmosphère particulière qui relie les espaces entre eux. Cependant celle-ci n'est pas due au hasard et n'a rien de spontané, la cité a été mise en scène comme un véritable spectacle. Chaque lieu du centre ville a été pensé et mis en valeur au mieux pour qu'il resplendisse. La ville de Colmar joue un rôle important dans la décoration et illumination de la cité mais les habitants aussi sont impliqués.

(i) Des milliers de petites lumières pour une ambiance mystérieuse

Plus de 1150 points lumineux sont chaque année disséminés à travers toute la ville et permettent de mettre en valeur l'architecture de celle-ci par un éclairage pouvant varier en intensité et en couleur. L'éclairage public a été tamisé pour préserver les couleurs naturelles des façades et donner une ambiance des plus mystérieuses. Pour parfaire le tableau, de nombreuses guirlandes lumineuses traversent les rues, guidant ainsi le visiteur. Pour cette illumination hors du commun, la ville de Colmar s'est vue attribuer en 1997 le prix spécial de l'Académie des Arts de la Rue.



Si la ville fait des efforts importants pour l'illumination, les habitants sont, quant à eux, incités à décorer leur maison. Un concours est chaque année organisé pour encourager les particuliers et les commerçants à faire vivre l'esprit de Noël dans les rues.



(ii) Un parcours pour orienter le visiteur

De nombreuses animations sont prévues dans toute la ville durant la période du marché de Noël. Elles correspondent le plus souvent à des activités proposées par les musées de la ville incitant ainsi le visiteur à venir découvrir le patrimoine de la cité. Les lieux de fêtes sont ainsi multipliés par deux, pour toujours occuper un plus grand espace mais qui reste limité au centre ville.

Une ambiance festive tisse un lien symbolique entre tous ces lieux donnant une impression d'unité. Toutefois, le centre ville, qui est essentiellement piéton, est composé de nombreuses ruelles et placettes, cet espace peut paraître complexe pour un visiteur qui ne le connaîtrait pas. Des parcours ont donc été proposés permettant de relier les marchés de Noël et les animations à partir des principaux accès extérieurs. Des panneaux signalétiques sont mis en place au moment de la manifestation et des plans sont distribués par l'office de tourisme indiquant les chemins principaux et secondaires conseillés. Au visiteur de choisir par après son propre cheminement selon ce qu'il désire voir.

ii) Exemple 2 : La Foire Régionale des Vins d'Alsace

Les foires ont toujours été des lieux privilégiant les activités et les échanges économiques, mais aussi d'importants lieux de contacts et d'ouverture sur l'extérieur. Les habitants y vendaient leurs bêtes et des produits de leur fabrication, ils en profitaient également pour acquérir des produits qu'ils ne trouvaient pas sur les marchés locaux, vendus par des marchands ambulants. C'était donc un lieu privilégié d'ouverture sur le monde extérieur, où l'identité de la population locale s'exprimait par des produits issus d'un savoir-faire local mais aussi une manière d'être, un dialecte...Et toutes ces particularités étaient rapportées par les marchands qui allaient de ville en ville, étant en quelque sorte les vecteurs d'identités locales. Cependant, la foire était également un lieu de rencontre de la population régionale, un moment pour échanger des informations, des produits mais aussi pour revoir des membres de la famille, des amis et de faire la fête.

Les foires avaient une triple vocation, celle d'être un moteur de l'économie régionale, un puissant facteur d'ouverture sur l'extérieur et un endroit privilégié pour faire la fête. La foire régionale des vins d'Alsace a su intégrer ces trois caractéristiques, ce qui fait d'elle une véritable foire et a très probablement contribué à son succès actuel.

(1) Des lieux adjacents aux vocations multiples

A ses débuts, la foire, plus petite, avait lieu au centre ville. Pour des raisons de place, la manifestation fut transférée à l'extérieur de la ville dans le Parc des Expositions, où elle se déroule toujours. Aujourd'hui, ce Parc des Expositions est le plus petit de France (seulement 13 000 m² contre 150 000 m² pour Strasbourg). Il a subi de nombreux agrandissements et modifications depuis sa création en 1958. Actuellement, il est composé de 5 halles d'exposition, d'un espace congrès et d'un théâtre plein air pour recevoir les artistes de la foire. Manifestation avant tout populaire, la foire aux vins d'Alsace est à la fois une foire généraliste, une foire agricole, un festival de musique très convoité et une vitrine pour les vins d'Alsace.

Lieux de détente, de vente, de restauration, de dégustation, de spectacle, la foire de Colmar est un espace découpé en de nombreux lieux aux destinations les plus diverses.



Figure 5 : Plan de la Foire aux vins d'Alsace

Source : Revue 2007 de la Foire aux vins d'Alsace

(a) L'espace gastronomique et viticole¹⁶

Le hall 1 rassemble la plupart des restaurants présents à la foire. Toutes sortes de cuisines y sont représentées : rapide, traditionnelle, exotique,... Il y en a pour tous les goûts et les produits sont variés. Ce hall accueille également l'espace de dégustation où de nombreux viticulteurs de la Région sont présents pour faire goûter leurs produits et parler de leur passion.



(b) La foire généraliste¹⁷



Dans les halls suivants ainsi qu'à l'extérieur se tient la foire généraliste. Elle rassemble 350 exposants présentant différents types de produits et services: ameublement et décoration, biens de la personne, artisanat du monde, loisirs, presse... La plupart des exposants sont des entreprises régionales, la foire est donc une véritable vitrine de l'économie alsacienne. Néanmoins, elle est aussi ouverte sur l'extérieur, certains commerçants viennent de très loin pour nous montrer leur savoir-faire (Europe mais aussi Inde, Egypte, Pakistan...).

(c) La foire agricole¹⁸

Située à l'extérieur, il s'agit d'une exposition principalement consacrée aux professionnels de l'agriculture et de la viticulture. Les dernières inventions en matière de machinerie agricole y sont présentées. Cette espace accueille des manifestations et des conférences sur des thèmes liés à l'agriculture.



¹⁶ Image provenant du site : www.foire-colmar-colmar

¹⁷ Image provenant du site : www.foire-colmar-colmar

¹⁸ Image provenant du site : www.foire-colmar-colmar

(d) Le théâtre plein air¹⁹



Surnommé « la Coquille », il a été entièrement rénové en 2000. D'une capacité 10 000 spectateurs, il est la réplique alsacienne du Hollywood Bowl de Los Angeles. L'été, lors la foire, la scène colmarienne accueille de nombreux artistes de renommée internationale.

La coquille est l'espace de loisir dédié aux spectacles et utilisé uniquement pour les soirées. Cependant, d'autres lieux offrent des divertissements pendant la journée. Tous les après-midi, le hall 1 accueille des spectacles de musique et de danse. Le cabaret, quant à lui, fait danser le public grâce à des orchestres proposant tout type de musique. Le parc agricole propose de nombreuses animations impliquant des animaux en soirée. Et un espace extérieur est dédié aux jeux pour les plus jeunes.

Les lieux de restauration, même si la majorité d'entre eux sont rassemblés dans le hall 1, quelques-uns sont parsemés sur toute la foire. L'espace agricole est concentré surtout dans le parc agricole mais on trouve également des produits issus de l'agriculture dans la foire aux vins et dans la foire généraliste.

Un lieu n'est pas réservé à une activité spécifique, au contraire, différents stand se juxtaposent dans un même endroit pour donner un espace aux dimensions multiples.

(2) Des liens de nature variée

Tous ces lieux variés se touchent et accueillent des activités multiples mais ont-ils un lien entre eux ? Le cabaret, le parc agricole et le théâtre plein air semblent détachés des autres espaces. D'ailleurs les deux premiers ont chacun leur propre entrée distincte de l'entrée principale permettant ainsi aux visiteurs et aux professionnels de se rendre dans un de ces lieux sans passer par les autres. Ces espaces ont également une vocation très marquée et restreinte contrairement aux autres lieux. Cependant, lorsqu'un visiteur paye une entrée, il peut accéder à tous les espaces, mise à part les spectacles du soir. De plus, en dehors du parc agricole, les horaires de fermeture de la foire concernent tous les lieux sans distinction.

La foire aux vins et la foire généraliste semblent, quant à elles, être liées par la mixité et l'emboîtement des activités qui l'occupent, tel un puzzle complexe aux pièces de couleurs et de formes multiples. Tous ces lieux sont reliés entre eux par le cheminement du visiteur qui choisit les espaces où il souhaite se rendre. Spectateur, consommateur et acheteur avant tout, il est aussi acteur de cette foire, car c'est lui qui véhicule l'esprit festif. La foire est un lieu de vente mais aussi un espace de fête, ce qui fait dire Jean-Jacques Weiss en 1992, alors premier Adjoint au Maire de Colmar : « *la foire aux vins est aussi une grande fête populaire. Elle est l'une des principales animations de l'été alsacien.* »²⁰. En effet, les alsaciens attendent chaque année cet événement comme une fête populaire. Un peu comme les foires d'autrefois mais, toutefois, à une autre échelle. Les visiteurs s'y amusent, ils y viennent en groupe, entre amis ou membres de la famille...Cependant, l'ambiance festive est présente, elle relie les espaces entre eux au fil des pas des participants.

Afin de renforcer ce lien, des artistes sont présents à la manifestation. Ils arpentent les différents espaces de la foire aux vins pour faire rire leur public à coup de saynètes déjantées, semant derrière eux, du rire et de la bonne humeur. Ainsi, ces comédiens participent, à leur manière, à créer une ambiance festive, leur parcours reliant les lieux entre eux

¹⁹ Image provenant du site : www.foire-colmar-colmar

²⁰ www.alsapresse.com/dossiers_classes/fov/histoire.html

La foire aux vins peut donc être perçue comme un espace à la fois fragmenté et relié, tout dépendra de la manière dont le visiteur vivra la foire et la perception qu'il aura de celle-ci.

iii) Exemple 3 : La fête des ménétriers

Autrefois les ménétriers qui participaient à la fête de Ribeauvillé provenaient de l'Alsace moyenne, qui comprenait le territoire allant d'Epfig à Ottmarsbühl. La manifestation impliquait tous les habitants de la ville et la cour du Château des Ribeaupierre. Aujourd'hui, les musiciens viennent d'un territoire plus large situé autour de l'axe rhénan et les participants sont pour la plupart également originaires de cet espace.

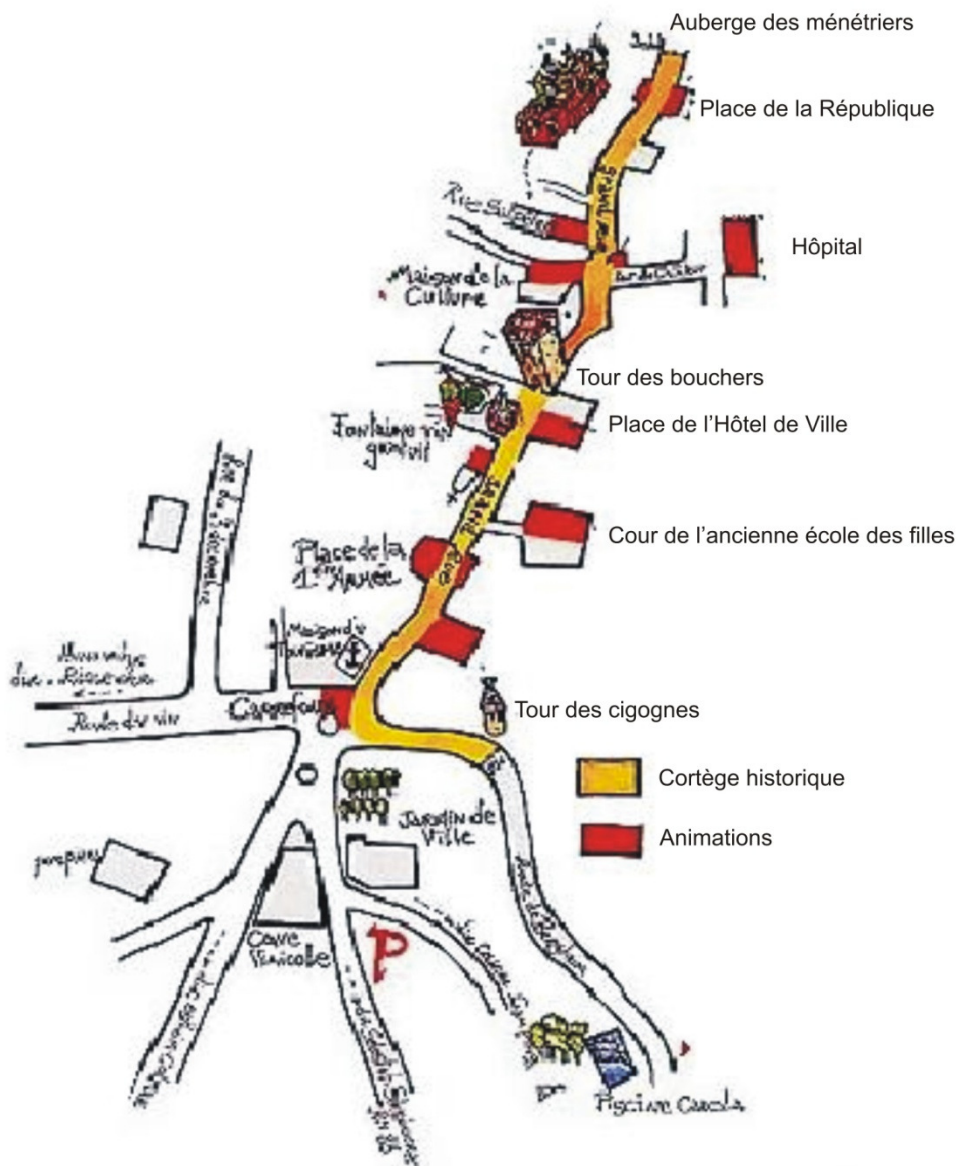
(a) Le cortège au temps des ménétriers

Jadis, comme aujourd'hui encore, les lieux de la fête sont tous unifiés par une procession qui commence le matin au lever des ménétriers et des habitants, et se terminent le soir, à la fin des festivités. Autrefois, la procession emmenait la foule de lieux en lieux, son cheminement était le même chaque année. Chaque endroit desservi donnait lieu à un rite. Ainsi, les musiciens partaient de la maison des ménétriers pour se rendre à Notre Dame de Dusenbach dans les hauteurs de Ribeauvillé, pour honorer leur Sainte patronne. Puis, il redescendait au château de Ribeaupierre, qui est situé aujourd'hui au centre ville (non loin du lieu du début du cortège actuel). Après avoir fait honneur au Seigneur et avoir rendu justice, les ménétriers se rendaient dans les jardins du Seigneur près de la porte basse de la ville pour faire la fête avec les habitants au frais des Ribeaupierre. Un marché se tenait autrefois près de l'hôtel de ville, aujourd'hui celui-ci existe de nouveau, déplacé d'une centaine de mètres dans la cours de l'ancienne école des filles.

(b) Le cortège aujourd'hui

La procession aujourd'hui commence toujours au même endroit, près de la maison des ménétriers, qui se situe non loin du château des Ribeaupierre. Cependant, il ne se rend plus à Notre Dame de Dusenbach, par commodité, car celle-ci se situe à une distance trop éloignée et la route est trop escarpée pour un cortège avec des chars. De plus, la Sainte Patronne des ménétriers n'a plus la même importance pour les musiciens d'aujourd'hui que pour ceux de jadis. En effet, ils lui demandaient la protection sur les chemins parcourus, qui étaient à l'époque très périlleux...Après être parti de la maison des ménétriers, le cortège actuel descend la Grande Rue, passe par la tour des bouchers et la place de l'hôtel de ville où se situe une fontaine à vin. Chaque participant peut boire gratuitement du vin alsacien qui coule de la fontaine. Cette pratique ne date pas du temps des Ribeaupierre mais elle fut instaurée après la première guerre mondiale, en 1919. Le cortège se termine avant le cimetière sur la route de Bergheim, près de la tour des bouchers. A côté se situe le jardin de la ville, qui constituait autrefois les jardins du Seigneur. A la fin de la procession les participants peuvent s'y rendre, une fête y est organisée (piste de danse, manège, boissons...).

Le cheminement du cortège actuel n'est plus le même que celui d'autrefois. Cependant, les lieux, très symboliques, restent honorés, mise à part notre Dame de Dusenbach. La procession a pour vocation de les lier entre eux, en commémorant le cortège historique. Elle a donc un rôle identitaire important et permet aux habitants de montrer avec fierté aux visiteurs le passé de leur ville, la « capitale des ménétriers ».



Plan du cortège de la fête de la fête des ménétriers

Source : www.menetriers.com

iv) Exemple 4 : La Kilbe

Le rapport de la Kilbe à l'espace a changé ces dernières années, avec sa modification de la signification. D'une fête profondément ancrée dans un village, impliquant tous les habitants et occupant tout l'espace communal, elle est devenue une manifestation sans grande valeur identitaire, pouvant s'apparenter à un divertissement.

(a) La fête d'autrefois

(i) Une fête populaire locale

La fête autrefois (avant les années 1970-1980) rassemblait tous les habitants du village, mais également ceux des villages alentours. Ces derniers venaient pour participer aux festivités, souvent avec des gens de leur famille ou des amis résidant dans la commune. Les réjouissances avaient donc une portée uniquement locale, concentrée sur le village en fête et ceux voisins. La manifestation était l'occasion de montrer sa particularité, mais à une échelle uniquement locale. Cette démonstration identitaire se déroulait le plus souvent sans heurts et dans la convivialité mais elle a entraîné quelque fois de grandes bagarres. Le 29 août 1682, par exemple, lors du deuxième dimanche de la Kilbe, des gens de Wintzenheim²¹ et de Turckheim (deux villages proches de Colmar) se sont battus à coup d'échelas dans le vignoble. Beaucoup d'autres récits de rixes peuvent être donnés, mais elles n'étaient pas systématiques et étaient dues également à la prise excessive d'alcool au cours de la fête.

(ii) Une procession pour fédérer le village

Le dimanche midi, après la célébration religieuse, chaque famille mangeait dans son foyer. Le cortège de conscrits faisait le tour du village et passaient de maison en maison chercher les familles pour les emmener jusqu'à la place centrale. En quelque sorte, il faisait le lien entre la fête privée vécue dans chaque foyer et la manifestation publique impliquant toute la commune. Ce rite inverse l'ordre habituel des choses, en effet, ce n'étaient pas les personnes qui se rendaient à la fête mais on venait les cueillir chez eux. Cette pratique, bien sûr, entraînait chaque villageois à participer aux festivités et ne laissait personne en dehors des réjouissances. Elle contribuait à ce que chacun se sente appartenir à une même communauté.

Le cortège était mené par les conscrits, jeunes gens qui devaient se rendre à l'armée. Ils défilaient avec le « Kelwahammel ». Cet agneau symbolisait leur situation : l'innocence envoyé à l'abattoir. Pour leur porter chance, on leur achetait des pains d'épices. D'autres symboles pouvaient être présents lors du défilé, mais ils différaient d'un village à l'autre. Lorsque tous les villageois étaient rassemblés au sein du cortège, celui-ci se rendait devant le maire, représentant de l'autorité dans le village. Les villageois lui offraient des présents et celui-ci ouvrait les festivités. Un grand nombre de symboles étaient véhiculés au cours de ces réjouissances, ils permettaient aux participants de situer leur identité à plusieurs échelles dans leur territoire. Par exemple, les habitants revêtaient des costumes traditionnels typiques de la microrégion dans laquelle ils se trouvaient.

Le cortège se finissait au centre du village, sur la place centrale, où se tenait la fête.

²¹ Ville proche de Colmar, voir la carte en annexe 1.

(b) La fête aujourd'hui

Aujourd'hui, la portée de la fête reste locale, mais elle est plus large. Selon M. Siegrist Roland, organisateur de la Kilbe de Saint-Bernard, l'orchestre de la fête entraîne un public d'habitues de fête en fête, les personnes peuvent ainsi venir d'un rayon allant jusqu'à 70 km. Cependant, cette dynamique concerne uniquement quelques personnes, la plupart venant des villages voisins de la manifestation dans un rayon d'environ 20 km. Cette distance est un peu plus importante qu'autrefois car actuellement les gens se déplacent plus facilement et il y a également beaucoup moins de Kilbes que d'antan. Celles-ci attiraient toutes les personnes du village et quelques-unes aux alentours. Aujourd'hui, juste une petite part des villageois prend part aux réjouissances, d'ailleurs ces personnes sont souvent celles qui connaissent les organisateursLes personnes se rendent à cette manifestation pour se distraire, plus que pour participer à une fête populaire. Le village qui l'organise n'a plus beaucoup d'importance pour les participants, car la fête ne véhicule plus de valeurs identitaires.

Avant les années 60, le bal au centre du village n'était pas abrité. Ce n'est qu'à partir de cette date que l'orchestre fut couvert puis par la suite la piste de danse. Aujourd'hui, la Kilbe se tient sous un chapiteau, pour conserver son style champêtre tout en apportant le confort que le public demande.

Si les bagarres entre villages voisins ont cessés, elles se font actuellement entre groupes idéologiques ou ethniques (gens du voyages, néonazis, gothiques,...) qui eux aussi cherchent à faire reconnaître leur identité...

		Marchés de Noël	Foire aux vins d'Alsace	Fête des ménétriers	Kilbe
Territoire de la fête	Etendu du territoire en fête	Région Alsace	Région Alsace	Ville de Ribeauvillé	Une commune d'Alsace
	Nombre de fêtes de ce type au sein de la Région	115 (2007)	Une	Une	Plusieurs du même type (environ une cinquantaine)/ autrefois presque dans toutes les villages alsaciens
	Organisation des fêtes au sein de la Région (si plusieurs du même type)	Réseau régional portant le nom « Noël en Alsace » Fêtes réparties par pays ayant chacun une thématique			Aucune organisation entre les fêtes
Espace de la fête	Nombre de lieux de fête	Plusieurs lieux au sein d'une commune pour les plus grands marchés de Noël, un seul pour les petits	Plusieurs lieux adjacents	Plusieurs lieux reliés	Un aujourd'hui/autrefois plusieurs
	Situation des lieux de la fête	Centre ville en général	Périphérie de la ville, parc des expositions	Rue centrale et lieux autour	Centre du village
	Dynamique de la fête	Fête localisée	Fête localisée	Procession	Fête localisée /autrefois en partie dynamique grâce à un cortège
	Lien entre les lieux de la fête	Illumination, décoration, ambiance particulière...	Emboitement des activités, ambiance festive, artistes ambulants	Cortège de musiciens, de chars et de figurants qui emmènent les participants de lieux en lieux	Autrefois cortège qui faisait le lien entre la fête au foyer et la fête du village
	Cheminement du participant	Cheminement libre entre les stands ou cheminement proposé	Cheminement libre	Cheminement dirigé, dans le sens de la procession	Pas de cheminement aujourd'hui/autrefois dirigé dans le sens de la procession

v) Commentaire du tableau

(1) Une fête portée à différentes échelles

La fête occupe un espace délimité et restreint. Cependant, elle est portée par une population, habitant un territoire plus étendu que celui de la fête même. Ces personnes participent, en général, à organiser la fête, en y montrant les particularités de leur territoire. La manifestation a pour celles-ci une valeur identitaire forte. Elle leur permet de faire valoir leur territoire et de le distinguer des autres. Certaines fêtes ont une portée avant tout régionale comme les marchés de Noël, qui transforme l'Alsace en « pays de Noël » durant tout le mois de décembre. Cette fête est issue des traditions populaires de Noël, qui étaient communes à toute la Région. Aussi, les marchés de Noël se sont étendus sur tout le territoire. La Foire régionale des Vins d'Alsace, quant à elle, a été créée par la volonté commune des viticulteurs de toute la Région. Elle met en avant un symbole propre à tout le territoire, le vin. D'autres fêtes sont portées par une seule commune. La fête des ménétriers en est un exemple. Elle met en scène le passé commun de tous les habitants de Ribeauvillé, la ville des ménétriers. En commémorant une partie de leur histoire, elle ravive leur sentiment d'appartenance à la cité. La Kilbe, autrefois, était aussi la fête d'un village permettant aux habitants d'exprimer leur identité. Aujourd'hui, la portée de la manifestation semble s'être restreinte encore plus que la commune, en effet, elle est portée seulement par l'association organisatrice....

(2) Des fêtes ancrées au sein d'un territoire

Certaines fêtes sont uniques au sein de la Région et ne peuvent pas être reproduites. D'autres, au contraire, se multiplient sans contraintes. La fête des ménétriers ne peut être reprise par un autre territoire, car seul celui-ci garde de telles traces du passé des ménétriers. La foire au vin n'est également pas reproductible, non pas à cause de son passé unique comme la fête des ménétriers, mais à cause de sa fonction. En effet, elle a pour rôle d'être « la vitrine des vins d'Alsace », elle représente la viticulture d'une Région entière. Et ce produit ne peut être mis en fête que dans sa capitale, Colmar. Les marchés de Noël et les Kilbes, par contre, sont multiples sur toute l'Alsace. Seulement, les premiers ont été organisés par volonté politique et les seconds sont indépendants les uns des autres, voire concurrents. L'unicité de certaines fêtes vient des caractéristiques du territoire sur lequel elles se produisent. Si certaines manifestations peuvent se diffuser en grand nombre dans toute l'Alsace, c'est qu'elles reposent sur des particularités présentes sur tout le territoire.

(3) Des liens spontanés aux liens fabriqués

La fête a la capacité de relier les lieux entre eux pour former un territoire unique. Souvent, les fêtes les plus anciennes unissent les lieux entre eux par une procession. De cette manière, les participants s'approprient totalement l'espace parcouru, en pratiquant des rituels propres à la manifestation. Des symboles sont véhiculés, imprégnant les endroits successifs et les transformant, pour ne donner finalement qu'un seul et même espace, celui de la fête. La procession qui était effectuée autrefois pour la Kilbe en est un exemple, le cortège de la fête des ménétriers également. Les fêtes plus récentes ou celles qui ont été renouvelées présentent des configurations multiples. Le marché de Noël présent autrefois juste sur un seul lieu, est parfois aujourd'hui reparti en plusieurs endroits du centre de la ville. La foire aux vins est sur un même espace, mais peut être découpé en plusieurs petits lieux adjacents, car on peut y remarquer un manque d'homogénéité au sein de l'ensemble. Ces différents lieux peuvent être reliés par une ambiance particulière. Les marchés de Noël soignent pour cela les décors et les illuminations, pour donner réellement au visiteur l'impression d'entrer dans un monde enchanté. La foire aux vins a, quant à elle, une ambiance festive, qui est renforcée par la présence d'artistes, qui relient les différents lieux entre eux en amusant les visiteurs.

La fête a toujours été constituée de différents lieux distincts. Autrefois, les liens entre ces endroits se faisaient plus « spontanément » par la pratique de rites, aujourd'hui ces liens sont pensés et voulus. A un tel point que pour, par exemple, certains marchés de Noël, des cheminements sont proposés aux visiteurs. Les lieux de la fête sont aussi de plus en plus étendus. Le marché de Noël de Strasbourg, par exemple, n'occupait qu'une place de la ville autrefois, aujourd'hui il s'étend sur une bonne partie du centre.

2) La fête renvoie à une recherche d'authenticité

a) Une volonté de perpétuer un savoir-faire

Le savoir-faire se définit comme « *l'habileté acquise par l'expérience dans un art ou un métier quelconque.* »²². C'est donc la connaissance des moyens qui permettent l'accomplissement d'une tâche. Le savoir-faire est différent des autres savoirs comme la connaissance, car il peut directement être appliqué à un travail et, impliquant l'expérience d'un sujet dans un art ou un métier, il peut éclipser la théorie.

Les savoir-faire particuliers, propres à un territoire renvoient au passé, aux traditions ancestrales. Ils utilisaient les ressources locales, que la population pouvait facilement obtenir, sans trop se déplacer. En effet, autrefois, les moyens de transport étaient moins développés. Aussi, les gens exploitaient les richesses qui se trouvaient sur leur territoire. Les savoir-faire permettant de les mettre en valeur se sont constitués au fil du temps. Transmis de génération en génération, chaque artisan a ajouté un peu de sa propre expérience à la technique permettant à chaque fois de l'améliorer d'avantage. Il a fallu également du temps pour que ces savoir-faire rentrent dans les traditions et fassent parties de l'identité d'un espace. Ils contribuent à faire qu'un territoire ne ressemble pas aux autres, à le rendre authentique. Cependant, malgré leur importance, souvent ils ne sont plus pratiqués, car n'étant plus adaptés aux logiques de production actuelles.

D'où l'importance de la fête, car elle permet de faire revivre les savoir-faire traditionnels, en les mettant en scène ou en vendant les produits qui en sont issus. Les manifestations montrant le plus de savoir-faire anciens sont souvent issues de rites ancestraux. Aujourd'hui nombreuses, elles ont été transformées en fêtes identitaires et patrimoniales. Leur abondance peut s'expliquer par le besoin actuel de retrouver de l'authenticité, dans une culture de plus en plus globalisée qui ne tient plus compte des particularités de chaque région. Les savoir-faire mis en scène lors d'une fête contribuent également à faire de celle-ci une manifestation authentique, qu'on ne pourra pas trouver sur un autre territoire n'ayant pas ces mêmes connaissances, cette habileté. Elle ne pourra donc pas être copiée pour être reprise ailleurs, tout en conservant son authenticité. Ce point est important à l'heure actuelle où beaucoup de territoires ont la volonté de reprendre certaines manifestations de leurs voisins à cause de leur succès...

²² Définition du Grand Larousse encyclopédique, 1964.

i) Exemple 1 : Marché de Noël

(1) Jadis, un petit marché artisanal...

Avant les années 90, les marchés de Noël n'avaient pas la même ampleur qu'aujourd'hui. Ils n'étaient constitués que de quelques stands, sur lesquels on pouvait généralement acheter des sucreries, des produits artisanaux pour la décoration, des ingrédients pour réaliser les mets de Noël, ...

Tous ces produits étaient pour la grande majorité des produits typiques régionaux et étaient issus des savoir-faire alsaciens. Leur rôle essentiel était d'apporter aux familles les articles nécessaires à la préparation de Noël. Au service de la tradition, ils contribuaient à donner toute l'authenticité à la fête de Noël alsacienne.

(a) Savoir faire gastronomiques

(i) Les épices

Les épices, en Alsace, rentrent dans la composition de nombreuses spécialités gourmandes et plus particulièrement dans celles de Noël. La plus ancienne épice est la cannelle. On l'emploie séchée et roulée sous sa forme première de bâtonnet pour aromatiser le vin chaud. C'est à partir de la fin du XVIème siècle que les épices d'orient acheminées par le Rhin favorisent la confection de pain d'épices en Alsace. Il est devenu par la suite une spécialité de la Région, traditionnellement distribuée aux enfants à la Saint-Nicolas, le 6 décembre, mais que l'on retrouve aussi sur les marchés de Noël, autrefois comme aujourd'hui. Jadis cuit dans des moules en bois de noyer ou en buis en forme de petits bonshommes, il peut prendre aujourd'hui des formes diverses et est souvent recouvert d'une image. Le village de Gertwiller en est devenu la capitale, la fabrication de cette spécialité y remonterait au XVIIIème, cependant sa renommée fut la plus importante au XIXème et au début XXème siècle.

(ii) Les petits gâteaux de Noël

Une tradition populaire en Alsace consiste à confectionner des petits gâteaux de Noël pour les offrir à la famille, aux amis et pour les manger lors des fêtes. Découpés à l'emporte pièce, ces pâtisseries ont des formes variées : sapin, losange, trèfle, lune, étoile...et se déclinent en différentes saveurs selon les ingrédients que l'on choisit. Les marchés de Noël vendaient les produits nécessaires pour leur fabrication : épices (cannelle, gingembre, anis...), amandes, noisettes, fruits confits...

(iii) Le vin chaud

Le vin chaud est emblématique de la manifestation. Son odeur embaume tous les marchés de Noël et leur ajoute un aspect typique. Lors des journées froides, également, le vin chaud réchauffe les acheteurs et les marchands. Il est préparé à base de vin blanc ou rouge alsacien, porté à ébullition, et agrémenté avec différentes épices (clou de girofle, cannelle, anis, noix de Muscade), du miel, des zestes de citron et des rondelles d'oranges.

(iv) La bière de Noël

Au Moyen Age, les moines préparaient pour les festivités de Noël, une bière forte et riche en malt. En France, la tradition s'était depuis longtemps perdue, quand, récemment, en 1980 elle fut remise au goût du jour par Rina Müller, responsable de la brasserie Schützenberger et présidente du Syndicat des Brasseurs de la région. Depuis lors, la plupart des brasseries d'Alsace, comme Météor, Fischer, Kronenbourg font leur propre bière de Noël. Celle-ci est actuellement vendue dans les marchés de Noël.

(b) Les décorations artisanales de Noël

Au marché de Noël des articles divers pour agrémentés le sapin : des petits articles en bois, des boules de Noël, des fruits secs...étaient vendus. On pouvait aussi trouver des petits personnages en bois, qui étaient de tradition autrefois dans les pays du Rhin. Ils étaient taillés et sculptés au couteau en hiver lorsqu'il faisait trop froid pour travailler dans les champs ou dans la vigne.

Les boules de Noël présentes sur les marchés de Noël provenaient jadis de la verrerie Goetzenburg à Meisenthal dans les Vosges du Nord. Elle fut une des plus grandes unités mondiales de production de verre de montre et de lunette dans les années 1900. Mais au-delà de cette production de masse, elle a produit des boules argentées soufflées de 1857 à 1964.

Autrefois, peu de cadeaux étaient offerts à la fête de Noël. La fête des enfants étaient la Saint-Nicolas et à cette occasion ils pouvaient avoir des pains d'épices, des mandarines..., cela explique également en partie pourquoi les articles trouvés sur les marchés de Noël étaient essentiellement alimentaires et décoratifs. Ces produits étaient issus pour la grande majorité d'entreprises alsaciennes et leurs ventes étaient importantes pour l'économie régionale. Ainsi, des entreprises furent créées pour la fabrication de pains d'épices, la viticulture comptait sur la vente de vin chaud...Des objets de décoration étaient aussi fabriqués dans les familles d'agriculteurs, et permettaient de leur rapporter un peu d'argent ou de décorer leur maison.

(2) Aujourd'hui, de grands marchés aux produits variés

A partir des années 90, les marchés de Noël se sont multipliés et la fête a pris des fonctions nouvelles, politiques et économiques, et s'est vu chargée d'attirer les touristes en Alsace lors des fêtes. Le succès de cette entreprise a contribué à faire venir de plus en plus de marchands, d'origine plus vaste que la Région. Ainsi, il est possible d'acheter du foie gras des Landes, du nougat de Montélimar... Des grandes entreprises s'y sont aussi intéressées pour produire en série des articles vendus sur les marchés « comme des petits pains ».

Les produits issus des savoir-faire régionaux se perdent sous cette masse d'articles provenant de toutes origines. Cependant, on retrouve encore des décorations réalisées par des artisans alsaciens. Les gourmandises d'autrefois, en particulier le pain d'épices et le vin chaud, y sont toujours, accompagnés d'autres produits alimentaires régionaux moins en rapport avec la fête de Noël, mais pouvant faire office de cadeaux.

Devant cette perte d'authenticité des marchés de Noël, les grandes villes cherchent à préserver un espace pour les produits du terroir et issus de savoir régionaux. La ville de Strasbourg, par exemple, a mis en place un marché aux « Bredele » où sont vendus uniquement des petits gâteaux de Noël et un marché aux artisans. La ville de Colmar, quant à elle, a un marché de Noël consacré aux artisans d'art alsaciens (travail du bois, du verre, marqueterie, bijoux, reliure, maroquinerie, tissage, patchwork, poterie, céramique...) et une exposition où les artisans font des démonstrations de leur savoir-faire.

Sélestat, pour sa part, a séparé les produits issus de l'artisanat régionaux des autres produits et en a fait un marché à part.

Des nouveaux savoir-faire sont déployés lors des marchés de Noël. La mise en scène d'une ville par exemple par des jeux de lumière et des décorations et l'agencement des marchés de Noël peuvent être considérés comme des savoir-faire, mais qui sont cette fois-ci propres à chaque commune organisatrice et non à la Région.

ii) Exemple 2 : La Foire Régionale des Vins d'Alsace

(1) Un savoir-faire ancestral

La Foire Régionale des Vins d'Alsace est la plus grande manifestation alsacienne. Elle y présente ses vins, essentiellement blancs, qui sont une de ses plus grandes spécialités. Leur renommée est très ancienne, ils étaient déjà connus au temps des romains. Au Moyen-âge, les vins alsaciens comptaient parmi les plus prestigieux d'Europe. Ils connurent leur apogée au XVIème siècle puis leur prospérité fut soudainement interrompue par les pillages de la guerre de 30 ans et le déclin démographique qui s'en suivit. Ils ne purent renaître vraiment qu'à la fin de la première guerre mondiale lorsque les producteurs s'engagèrent dans une démarche de qualité. Les vins alsaciens furent alors produits à partir de cépages typiques de la Région et, pour la plupart, trouvés nulle part ailleurs. Ils obtinrent la classification AOC (Agriculture d'Origine Contrôlée). En 1999, les mentions «vendanges tardives » et « sélections de grains nobles » furent reconnues. Spécifiques aux vignobles alsaciens, elles désignent des vins rares, produits en très petite quantité selon des critères parmi les plus stricts de toutes les AOC françaises. Ces vins typiques et exceptionnels sont mondialement connus.

(2) Une foire au service d'un savoir faire

Aujourd'hui, la renommée des vins d'Alsace n'est plus à faire et elle tient en partie à la foire aux vins qui se déroule à Colmar, capitale des vins d'Alsace. Elle fut créée à partir de la deuxième guerre mondiale, juste quelques années après la renaissance des vins alsaciens dans le but de les faire connaître au grand public comme aux professionnels en Alsace, en France, mais aussi bien plus loin. Pour cela, des conférences (six en 2007) suivies de dégustations sont prévues lors de la foire. Elles sont gratuites et organisées conjointement par le Conseil Interprofessionnel des Vins d'Alsace (CIVA) et l'Union des Œnologues de France Région Alsace. Ces rencontres ont pour objectif de présenter le vin alsacien comme le produit d'un savoir-faire authentique et de familiariser le public à sa dégustation.

Les visiteurs peuvent également venir goûter le vin directement aux stands en compagnie des revendeurs. Quatre stands sont prévus pour la dégustation, dont trois où les vins sont classés selon leur mode de mise en marché, et un stand spécial qui recense tous les vins primés du Grand Concours de Colmar tenu chaque année à la foire aux vins.

Les producteurs proposent également des dégustations et échangent leurs connaissances avec les personnes intéressées. Les vins sont, quant à eux, classés par cépage, car ils portent le nom de celui dont ils sont issus. Cette présentation permet de comparer leurs différentes caractéristiques. Le matériel viticole est également présenté à la foire agricole.

La production de vins en Alsace est un savoir-faire très ancien. Au fil des années, il a gagné sa renommée, pour la perdre subitement. Cependant, le vin est toujours resté un symbole important en Alsace. Ainsi il est représenté dans beaucoup de fêtes populaires. Pour la 500^{ème} fête des ménétriers par exemple, en 1890, un grand tonneau de Riesling (un des vins les plus réputés d'Alsace) figurait sur l'affiche. L'importance que les alsaciens portaient à leur vin peut expliquer sa renaissance rapide au XXème et les efforts fournis pour que la foire aux vins soit un succès.

(3) Les autres savoir-faire

Si la foire est basée sur les vins d'Alsace, d'autres savoir-faire sont présents à la manifestation. Ils sont cachés au sein de la foire généraliste où toutes sortes de produits sont vendues, artisanaux ou non. Certains restaurants proposent des mets typiquement alsaciens et permettent ainsi de faire découvrir aux visiteurs non alsaciens la gastronomie de la Région. D'autres savoir-faire régionaux sont présentés par des artisans divers, dont certains proposent des démonstrations. Des produits artisanaux de régions différentes ou d'autres pays sont également vendus. Sans oublier la présence de savoir-faire artistiques. En effet des groupes de danses folkloriques et de musiques traditionnelles viennent montrer leur art, certains étant alsaciens, et des comédiens viennent faire rire le public.

iii) Exemple 3 : La fête des ménétriers

(1) Un savoir faire médiéval

La fête des ménétriers est appelé en Alsace « Pfifferdaj » qui veut dire littéralement le jour des joueurs de fifre ou de cornemuse. Au sens large, ce terme de « pfiiffer » pouvait convenir à toutes sortes de musiciens, idée qu'on traduit communément par « Fête des Ménétriers » en parlant du « Pfifferdaj ».

« A l'origine, les ménétriers avaient l'habitude de jouer au seigneur, lors de leur visite annuelle, l'air qu'ils voulaient. Les flûtes, fifres, guitares et luths se mettaient à jouer, suivis par les timbales, trompes et cors. La foule, rassemblée dans la cour, manifestait sa joie en criant et chantant. Puis après quelques ménétriers isolés ou en petit groupe s'avançaient vers le seigneur pour présenter leurs nouvelles mélodies. »²³

La fête des ménétriers présente un savoir-faire important en Alsace mais peu connu à l'extérieur, la musique. « S'il est en France une Région où la vie musicale est fort active, c'est bien l'Alsace, où fanfares, orchestres et troupes en tous genres créent une animation importante. » (Legin, 1993).²⁴ Il s'agit d'une tradition ancienne, qui est apparue très tôt dans la Région. Si au Moyen-âge les seigneurs alsaciens avaient leurs musiciens ambulants, les ménétriers, les villes, quant à elles, entretenaient leurs musiciens municipaux chargés d'animer les cérémonies officielles. La passion régionale pour la musique se retrouve également dans l'essor spectaculaire de la facture d'orgue (fabrication des orgues) au XVIIIème et au XIXème siècle, presque chaque paroisse en possédait un. A cette même période, l'Alsace comptait beaucoup de casernes accueillant de nombreux régiments. Leurs fanfares faisaient régulièrement des prestations lors de concerts ou de prise d'arme. Par la suite, beaucoup d'orchestres populaires reprirent les instruments d'origine militaire, comme les clairons ou les tambours pour animer les fêtes de village. Même leur uniforme prit une coupe militaire et une teinte rouge, les couleurs de l'Alsace. Ces orchestres folkloriques furent très populaires au XIXème et au début du XXème siècle, époque à laquelle de nombreux bals étaient donnés.

²³ Source : traduit de l'allemand à partir du site de wikipedia.org/wiki/Pfeiferrecht d'après F.W Bredt "Der Rappoltsteiner", 1898

²⁴ Citation de Philippe Legin dans Coutumes et costumes alsaciens publié en 1993.

Depuis environ les années 50, les bals populaires se raréfient et les prestations des groupes folkloriques se trouvent par la même occasion réduites. De plus, la musique alsacienne s'est souvent vue confondue avec la musique allemande. Toutefois, celle-ci a un caractère original, plus tendre, plus léger, que la musique d'outre Rhin.

La fête des ménétriers a suivi toutes les évolutions de la musique alsacienne depuis le Moyen-âge. De nos jours, elle représente une occasion rare pour les groupes de musique populaire alsaciens de se représenter avec des cliques de toute la vallée rhénane lors d'une fête qui leur est dédiée.

Si la musique est très importante pour l'Alsace, elle l'est d'autant plus pour la population de Ribeauvillé. Elle est ancrée dans les traditions de la ville et son lien avec les habitants est réel. D'ailleurs, lorsqu'en 1960, on voulut supprimer la fête, la population fit entendre « haut et fort » son désaccord. En 1879 Jean Ganz composa l'air des ménétriers, il devint plus tard l'hymne officiel de Ribeauvillé.

(2) Une fête préparée avec un savoir faire unique

Aujourd'hui, à la musique, est mêlé d'autres savoir-faire, qui tiennent essentiellement de la préparation de la fête. En effet, depuis environ une trentaine d'années (27 éditions en 2007) la fête est conçue à partir d'un thème central et préparée comme un véritable spectacle, où chaque détail est pensé. Chaque année la fête est préparée selon le même schéma :

(a) Choix du thème

Le thème varie tous les ans, il est toujours en rapport avec le Moyen-âge. En 2007, par exemple, le thème était « Innovation et inventions au Moyen-âge » et en 2006 : « La Renaissance et Léonard de Vinci ». Ce thème donne tout le ton à la fête et toutes les préparations le suivront.

(b) Création des maquettes de char

L'élaboration des croquis et la réalisation du cortège sont confiées à un maquettiste. Il réalise un véritable spectacle de rue sur l'histoire de l'Alsace, avec plus d'authenticité possible et en tenant compte du thème initial.

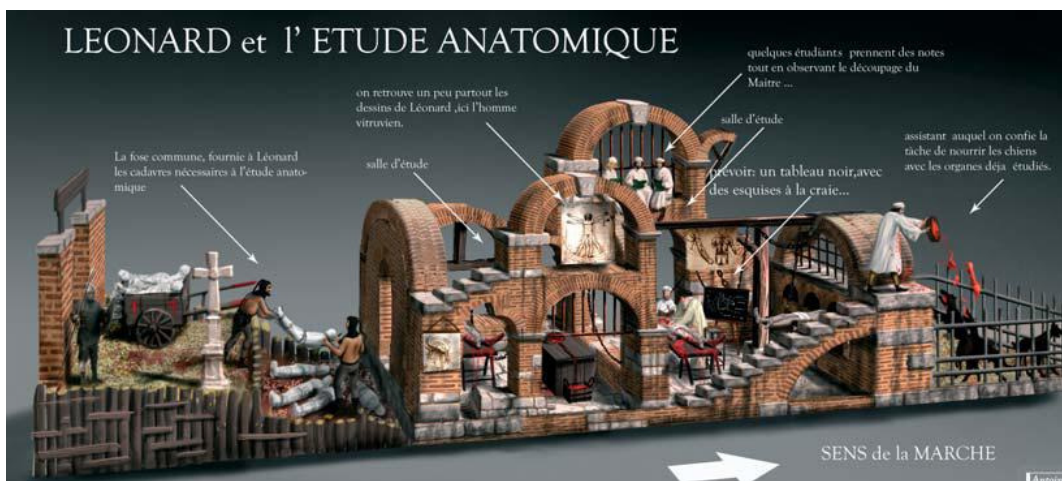


Figure 6 : Exemple de maquette de char (2006)

Source : www.ribeauville.net

(c) Construction des chars

A partir des maquettes réalisées, des équipes de bénévoles mettent en œuvre les chars. Avec un savoir-faire qui se transmet de bénévoles en bénévoles, des chars d'une grande qualité sont créés à partir de matériel récupéré. Depuis 2002, des professionnels apportent leur contribution à cette création. Beaucoup de travail est nécessaire pour un matériel qui ne servira que pour la durée d'un cortège...



Figure 7 : Char de la fête des ménestriers 2007
Source : vogesia.online.fr

(d) Création des costumes

Le spectacle de la fête est étroitement lié à la qualité des costumes que portent les figurants. Depuis 1995, les costumes qui étaient jusqu'alors loués à des organismes extérieurs sont créés par un atelier de couture constitué de bénévoles au sein du comité des fêtes. Un partenariat avec un lycée professionnel de couture (le lycée Blaise Pascal de Colmar) a été engagé pour soulager le travail de ces volontaires. De plus, depuis 2005, un costumier professionnel a été engagé. Un millier de costumes ont déjà été fabriqués depuis 1995 et chaque année selon le thème, des adaptations sont à faire et de nouveaux costumes doivent être créés. La conception des habits et des accessoires se font à partir de maquettes et de documents (provenant de peinture du XV^{ème} siècle ou de documents du musée d'Unterlinden à Colmar), pour être le plus proche possible de la réalité de l'époque. La réalisation de ces costumes représente un travail énorme, sachant qu'en moyenne 80 heures sont nécessaires pour la réalisation d'un seul.



Figure 8 : Costume réalisé pour la fête des ménestriers
Source : www.menestriers.com

(e) Choix des fanfares

Les groupes folkloriques locaux participent chaque année au défilé. La fanfare <<Vosgésia>> de Ribeauvillé créée en 1889 et la musique des pompiers de la ville. De plus, tous les ans, neuf autres fanfares sont soigneusement sélectionnées. Elles proviennent généralement de tout l'arc rhénan (Alsace, Suisse, Allemagne).

Exemple d'associations qui ont participé au cortège en 2000 :

- Meyrin : école de musique de tambours et de fifres venue de Suisse
- Savoises'Ries : 1ère Guggen-music (musique de carnaval fondée en 1989)
- Basler Kallerwantele Zunft : groupe de fifres et de tambours de Bâle
- Les Grognards de Haute Alsace : cette batterie a été créée pour les festivités du Bicentenaire de la Révolution en 1989.

La musique a toujours une place importante au sein de la fête, en témoigne le nombre de fanfares qui y participent et le choix minutieux de celles-ci chaque année. Cependant, elle n'est plus à « l'état pur » comme au temps des ménétriers où le cortège qui se dirigeait vers le château des Ribeaupierre était uniquement constitué de musiciens et d'habitants chantant et dansant. Une véritable mise en scène longuement préparée l'accompagne, permettant aux participants d'oublier l'époque actuelle pour se plonger au temps des premiers ménétriers. Chaque année, 1500 personnes participent au défilé dont 1000 figurants costumés et 30 associations sont impliquées dans la fête²⁵. Toutes ces personnes sont essentiellement des gens de Ribeauvillé et des environs. Cette fête, contrairement à beaucoup d'autres aujourd'hui, mobilise et implique la population locale, même si des professionnels sont engagés pour donner un gage de qualité. Depuis 1998, un marché médiéval a été mis place afin de montrer les savoir-faire de cette époque.

iv) Exemple 4 : La Kilbe

Peu de savoir-faire sont mis en avant lors de cette fête populaire, qui est essentiellement basés sur des traditions. Cependant quelques spécialités gastronomiques sont présentes lors de la fête. Du vin alsacien et des petits gâteaux étaient offerts au maire lors de l'ouverture de la fête. Près de la piste de danse, il y avait des stands de bière alsacienne et de pâtisseries. Beaucoup surnomme la Kilbe « fête foraine », car beaucoup de jeux traditionnels y étaient présents.

Le Haut-Rhin, par exemple, avait un jeu de quilles particulier, le jeu de quilles de Saint Gall. Autrefois, l'Alsace, comme dans de nombreux endroits, chaque monastère était placé sous la protection d'un saint, Saint Gall protégeait de nombreuses communes. Sa fête délimite la fin des lourdes tâches pour le paysan qui peut profiter, à partir de cette date, du temps libre nécessaire à la pratique du jeu de quilles. Le nom de ce jeu serait donc attribué à ce saint qui rythme la vie rurale.

Le jeu est constitué de neuf quilles en bois disposées en trois rangs de trois et d'une boule, percée de deux trous. Le but du jeu est d'abattre le plus de quilles en 17 lancers répartis en 8 figures imposées. Aujourd'hui ce jeu est reconnu par la fédération française de Bowling et des sports de Quilles et on trouve 75 clubs en Alsace.

D'autres jeux traditionnels moins typiques à l'Alsace étaient présents. Le plus souvent, il y avait un jeu de massacre, un mât de cocagne, des balançoires, un carrousel. Au jeu du mât de cocagne, les participants devaient escalader un mât enduit de savon. Au sommet de celui-ci se trouvait toutes sortes d'objets que remportaient celui qui arrivait à les décrocher. Le jeu de massacre consistait, quant à lui, à toucher avec des balles des poupées de sons qui représentaient souvent des personnages politiques ...

²⁵ Ces chiffres ont été repris du site www.menetriers.com réalisé par la ville et l'office de tourisme de Ribeauvillé.

Plus tard, ce sont des petits manèges que l'on peut retrouver actuellement au sein des fêtes foraines (auto boxes...) qui ont remplacés ces jeux traditionnels. Puis, à partir des années 60, lorsque que la manifestation ne fut plus que le samedi soir, les jeux dans la fête disparurent. Le seul savoir-faire actuel est celui que déploient les organisateurs des Kilbes pour organiser le bal du samedi soir et l'ingéniosité qu'ils manifestent pour rendre encore la fête vivante. Souvent, ceux qui y arrivent changent la nature de la manifestation. A Bindernheim, par exemple, la Kilbe s'est associée à une fête de la bière. Dans ce cas là, la manifestation a repris un savoir-faire typique, qui était déjà présent mais non mis en valeur. En affichant la bière comme thème principal, la fête reconquiert un peu d'authenticité.

		Marchés de Noël	Foire Régional des Vins d'Alsace	Fête des ménétriers	Kilbe/messti
Importance des savoir-faire dans la fête		Vente de nombreux produits issus d'un savoir-faire régional	Basé sur un produit issu d'un savoir-faire régional : le vin d'Alsace	Basé sur un savoir-faire bien particulier lié à la musique ancienne et traditionnelle	Peu de savoir-faire, plutôt des traditions
Type des savoir-faire présent	Traditionnel	-Gastronomie : Fabrication des petits gâteaux de Noël, vin chaud, pains d'épices... -Décoration: boule de verre...	Fabrication du vin et produits régionaux	Savoir-faire des groupes musicaux traditionnels	Jeux traditionnels Boissons : vin du pays, bière alsacienne...
	Nouveau	Eclairage, décoration de la ville	Artisanat venu de régions et de pays étrangers et des produits non artisanaux	Préparation de la fête par des associations : construction de chars, création des costumes	Préparation de la fête
Persistance des savoir-faire au cours du temps		Autrefois le marché de Noël ne vendait que les produits issus des savoir-faire traditionnels, aujourd'hui toutes sortes de produits y sont vendus	Même si la manifestation est basée sur le vin, d'autres savoir-faire sont venus rapidement la compléter pour avoir une manifestation variée	Musique populaire au cours des siècles a évolué mais elle est toujours importante dans la culture alsacienne et les groupes musicaux restent nombreux	Autrefois quelques savoir-faire, aujourd'hui très peu....

v) Commentaire du tableau

(1) Une authenticité renforcée par des savoir faire

Aucune fête dans les exemples n'est réellement et uniquement vouée à un seul savoir-faire, comme l'est la fête du chou à Krautergersheim. En effet, son unique vocation est de mettre à l'honneur le savoir-faire consistant à transformer le chou en choucroute. Néanmoins, certaines manifestations sont étroitement liées à un savoir-faire. La fête des ménétriers, par exemple, met en avant depuis des siècles la musique et les musiciens. Et même si aujourd'hui le thème de la fête s'est élargi au Moyen-âge en général, les artistes sont toujours mis à l'honneur. La foire aux vins met toujours en avant ce qui constitue l'unique raison de son existence : le vin. Cependant d'autres savoir-faire sont venus rapidement le compléter, sans pour autant le détrôner...

D'autres fêtes ne sont basées directement sur un ou des savoir-faire. Sans pour autant être oublié, ils sont mis en scène plus indirectement. Ainsi, les marchés de Noël mettaient en avant autrefois quelques produits issus de savoir-faire régionaux. Aujourd'hui, les produits artisanaux sont cachés sous une masse d'autres produits. Néanmoins, ils sont toujours présents et tout doucement remis en valeur par les organisateurs, qui veulent redonner à la fête un peu d'authenticité. Dans la Kilbe, quelques savoir-faire étaient présents lors de la fête d'antan, aujourd'hui ils sont beaucoup plus rares. Cet exemple de manifestation montre que lorsque la fête ne présente plus vraiment de savoir-faire, elle perd son authenticité. Elle devient alors une « fête fantôme » qui n'arrive plus à mobiliser les foules...

Les savoir-faire, même s'ils ne constituent pas la raison d'être de la fête, jouent un rôle essentiel pour celle-ci. En les perpétuant, la manifestation contribue à conserver un élément participant à l'authenticité de son territoire.

(2) Des savoir-faire bien particuliers

Les fêtes mettent encore en scène, pour la majorité, des savoir-faire issus du passé et des savoir-faire nouveaux. Ceux du passé étaient présents à l'origine de la fête et sont maintenus. Ils sont propres à la région ou à une localité, donnant ainsi toute l'authenticité à la fête. Ceux du présent, par contre, tiennent plus à l'organisation de la manifestation. En effet, aujourd'hui les fêtes sont minutieusement pensées et organisées. Elles demandent un savoir particulier, qui fait quelque fois défaut aux organisateurs qui engagent alors des professionnels. Ils ont ainsi une garanti de qualité. Jadis, les fêtes étaient beaucoup plus spontanées. Moins d'argent rentrait en jeu et elles nécessitaient que très peu de préparation. La fête des ménétriers, par exemple, n'était autrefois guère préparée. Elle suivait un rituel au rythme de la musique des ménétriers ainsi que des chants et des danses des habitants. Aujourd'hui, l'habitude n'est plus à la spontanéité, la manifestation est préparée de nombreux mois à l'avance par un nombre très important de personnes. Le jour de la fête rien n'est laissé au hasard, mis à part le temps...

b) Une volonté de promouvoir un territoire

i) Promouvoir une image singulière

Les territoires sont des ensembles de lieux à partir desquels se diffusent des images à travers le monde. Par exemple, la ville de Strasbourg, la cigogne et les vins sont les trois premiers symboles associés à l'Alsace pour les Français. Par contre, la représentation de cette Région diffère si on passe la frontière. En effet, si les Allemands associent aussi la ville de Strasbourg au territoire, pour eux la cigogne n'est que très peu représentative de la Région, ils donnent plus d'importance à la ville de Colmar qu'aux vins. Certains territoires par leur authenticité, leur dynamisme arrivent à véhiculer un plus grand nombre de symboles que d'autres, à une distance plus importante...Cependant, toutes les Régions aspirent à devenir des espaces de ce type.

Les fêtes sont un moyen permettant de diffuser des images, susceptibles de devenir pour la population extérieure des symboles reflétant l'identité du territoire. Beaucoup de Régions, de villes,...l'ont compris et utilisent les manifestations festives pour faire de la promotion de leur espace.

En mettant en scène des traditions et des savoir-faire particuliers, elles ont la volonté de donner une image d'un territoire authentique et attrayant pour le visiteur.

ii) Rendre le territoire attirant pour les touristes

Certaines fêtes ont été créées ou ont été renouvelées par les régions afin d'animer leur territoire dans l'optique d'attirer les touristes. Ainsi, de nombreux festivals ont vu le jour dans toutes la France à partir des années 80. Des fêtes traditionnelles ont été également transformées pour devenir plus attrayantes et correspondre mieux aux attentes de la population actuelle. Pour faire connaître ces fêtes, de véritables politiques de marketing ont été mises en place pour attirer le public vers ces manifestations, utilisant tous les moyens disponibles. Le média privilégié pour cette diffusion est Internet car il permet de toucher un grand nombre de personnes rapidement et relativement facilement. Le Comité Régionale du Tourisme d'Alsace l'a compris :

« L'autre grand chantier consiste à être très présent sur le plus grand média actuel : Internet. Cet outil qui véhicule instantanément toute information à l'autre bout du monde constitue d'ores et déjà le média majeur pour l'information touristique. Il représentera dans quelques années la plus grande plate-forme commerciale pour les offres de tourisme. C'est un outil de comparaison redoutable, un moyen de mise à jour instantanée, une vitrine de propositions efficaces. »²⁶

Ramener des touristes dans une Région permet de relancer l'économie de celle-ci. En effet, beaucoup de secteurs en bénéficient : la restauration, l'hôtellerie, des loisirs, de la vente de souvenirs ... et puis par effet boule de neige, les autres en profitent également. D'ailleurs, certaines villes deviennent même dépendantes économiquement de leur fête. Ainsi, par exemple, la ville d'Angoulême aurait du mal à se passer de son festival de la BD...Des manifestations créent de telles dynamiques qu'elles bénéficient à toute une Région entière. Les marchés de Noël peuvent être cités comme exemple.

²⁶ Cette citation est reprise du document : « Stratégie régionale de développement du tourisme en Alsace » publié par le Comité Régional du Tourisme d'Alsace en 2005.

iii) Des fêtes à tous les échelles

Les fêtes villageoises plus localisées semblent échapper à cette dynamique. Organisées par des associations, elles n'ont souvent qu'une portée locale. Et contrairement aux fêtes encouragées par les Régions, elles ne bénéficient d'aucune subvention (ou de très peu) et font l'objet de peu de publicité. Elles ont généralement comme but de renflouer les caisses des associations et de créer un peu de dynamisme au sein de la commune. Leur rôle est également politique et économique comme les grandes manifestations régionales mais de façon beaucoup moins importante.

iv) Exemple 1 : Les marchés de Noël

(1) Une promotion exigeante et originale pour une visée internationale

(a) Mise en place de l'opération « Noël en Alsace » par la CRT

En 1991, le Comité Régional du Tourisme d'Alsace (CRT) lance une grande campagne pour promouvoir les marchés de Noël, qui étaient très peu développés jusqu'alors. Le but l'opération « Noël en Alsace » est de redynamiser le tourisme hivernal au sein de la Région.

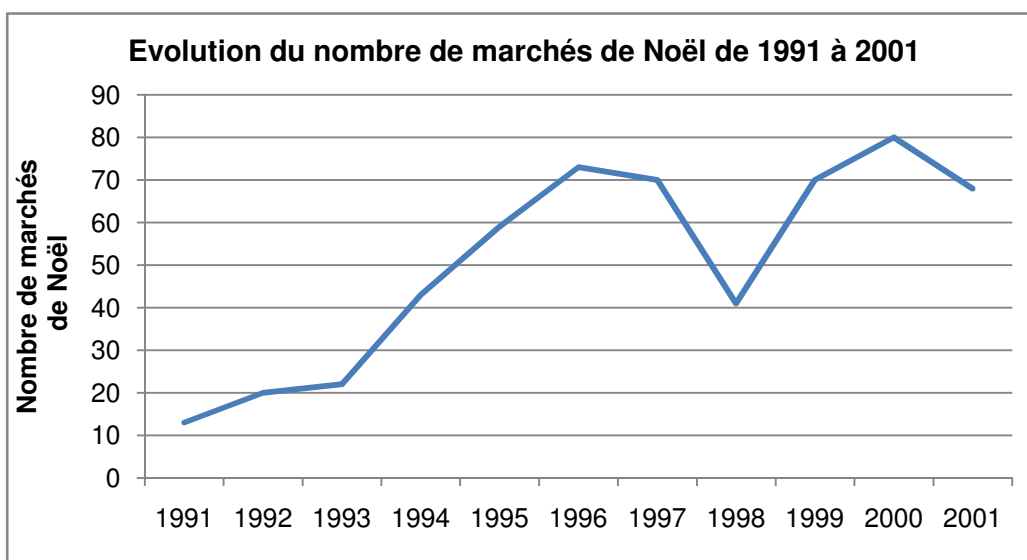


Figure 9, source : Comité Régional du Tourisme

De 1991 à 1993, c'est la phase de lancement de l'opération. Le but est de toucher le marché français par les médias et en éditant des brochures. A partir de 1992, l'opération reçoit l'adhésion forte des français et l'intérêt des médias.

De 1994 à 1996, l'offre et la demande explose, le nombre de marché de Noël augmente de 70% durant cette période. Le CRT veut toucher également les pays limitrophes à la France : l'Allemagne, la Suisse, l'Angleterre, ...en éditant des brochures également en Allemand et en Anglais. Des événements promotionnels sont organisés (concert,...). Le but est de faire connaître encore plus l'opération. Lors de cette période, l'Alsace est largement reconnue comme le pays de Noël et les grands médias nationaux parlent du sujet.

De 1997 à 1998, les marchés de Noël sont victimes de leur succès, une perte d'authenticité est remarquée. Aussi, le CRT met en place une démarche de qualité. C'est à partir de cette période que les pays de Noël sont mis en place, permettant de recentrer les marchés sur un thème. Le nombre de marchés et d'animations est limité afin de privilégier la qualité.

De 1999 à 2001, le CRT souhaite faire connaître beaucoup plus les marchés de Noël à l'international. Plusieurs actions ont été pour cela mises en place :

- Edition d'un document de promotion en cinq langues
- Mise en place du Roadshow « Noël en Alsace », c'est une caravane itinérante qui fait la promotion de Noël en Alsace dans les grandes villes européennes (Bruxelles, Utrecht, Lille, Barcelone, Milan, Lyon, Paris)
- Renforcement des campagnes de presse à l'étranger
- Création d'un site internet dédié aux marchés de Noël

(b) Internet, un moyen de promotion incontournable

Une autre volonté de la Région, c'est d'être présente sur le média majeur pour l'information touristique: Internet. Dans quelques années il deviendra la plus grande plate forme commerciale pour la vente touristique. C'est un média qui permet d'avoir l'information rapidement, en quantité importante pour le touriste et ainsi de pouvoir comparer les offres.

En plus du site consacré au tourisme en Alsace : www.tourisme-alsace.com, un site dédié à Noël en Alsace a spécialement été mis en ligne pour les touristes voulant passer une partie des fêtes dans la Région. En plus de présenter toutes les traditions de Noël en Alsace, toutes les manifestations auxquelles le visiteur pourra participer sont proposées en fonction de leur date et de leur lieu de séjour, des voyages organisés sont proposés. Naturellement, il est disponible en Anglais et en Allemand, touchant ainsi un plus grand nombre de personnes.



Figure 10 : Site de Noël en Alsace du Comité Régional d'Alsace

Source : www.marche-de-noel-alsace.com

Plus localement, les offices du tourisme font leur propre site promouvant ainsi leur propre marché de Noël et permettant au touriste d'obtenir des informations plus complètes et spécifiques, comme par exemple le syndicat d'initiative de Colmar qui va même jusqu'à proposer une visite interactive de son marché de Noël...



Figure 11 : Site du marché de Noël à Colmar
Source : www.noel-colmar.com

Bien sûr, plus localement, pour les habitants de la Région, des moyens de promotion classiques sont mis en place (affiches, articles dans les journaux locaux, ...).

(c) Exemple d'une campagne de promotion, celle de 2007

Source : Comité Régional du Tourisme

➤ Objectif de la campagne

- Séduire les touristes avec la campagne «Alsacez-vous », notamment en mettant en avant l'accessibilité de la région avec le TGV.
- Répartir les flux de touristes sur toute la région.
- Maintenir un taux constant de visiteurs sur toute la période de l'Avent
- Maintenir les touristes sur la période allant de Noël à l'Épiphanie en mettant en place des chasses aux trésors pour les enfants

➤ Public cible

- Toute la période de l'Avent : Couples, groupes d'amis, retraités
- La période des vacances scolaires et les week-ends: Familles

➤ Communication sur Paris

- Décoration de la maison de l'Alsace à Paris par la décoratrice Catherine Feff (en partenariat avec les ADT et l'École Nationale Supérieure des Textiles de Mulhouse).
Période : de novembre à janvier 2008

- Présence d'un stand alsacien à la fête des vendanges de Montmartre sur le thème des « tables en fêtes pour Noël » en partenariat avec le CIVA (Conseil Interprofessionnel des Vins d'Alsace)
Période : du 12 octobre au 14 octobre 2007

- Affichage Gare de l'Est
Période : du 20 novembre au 3 décembre 2007

➤ Communication nationale

-Diffusion d'une brochure « Carnet de voyage de Noël » en 5 langues : allemand, français, anglais, italien, hollandais et diffusion aux Agences de Développement Touristiques, aux Comités Régionaux de Tourisme, quelques offices de tourisme...
Période : novembre / décembre 2007

➤ Campagne Internet

-Achat de mots clés dans Google et sur le réseau Overture (yahoo, voila, msn...)
Période : octobre 2007

-Mise en place d'une stratégie de référencement sur des mots clés spécifiques sur le site www.tourisme-alsace.com

-Achat d'espaces publicitaires

Le coût de cette campagne pour le CRT a été de 250 000€.

(2) Une manifestation encore peu fréquentée par les étrangers

(a) Des touristes en majorité journaliers et français

Selon une étude menée par l'Observatoire du Tourisme d'Alsace effectuée sur Noël 2007

En 2007, le Noël alsacien a attiré 1,5 millions de visiteurs dont 800 000 excursionnistes et locaux et 600 000 touristes. Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, un excursionniste est un « visiteur qui ne passe pas la nuit dans un moyen d'hébergement collectif ou privé dans le pays visité » et au contraire un touriste est un « visiteur qui passe au moins une nuit dans un moyen d'hébergement collectif ou privé dans le pays visité ».

82% des visiteurs sont français et 18% étrangers, dont 9% d'Allemands, des Belges, des Suisses et des Autrichiens.

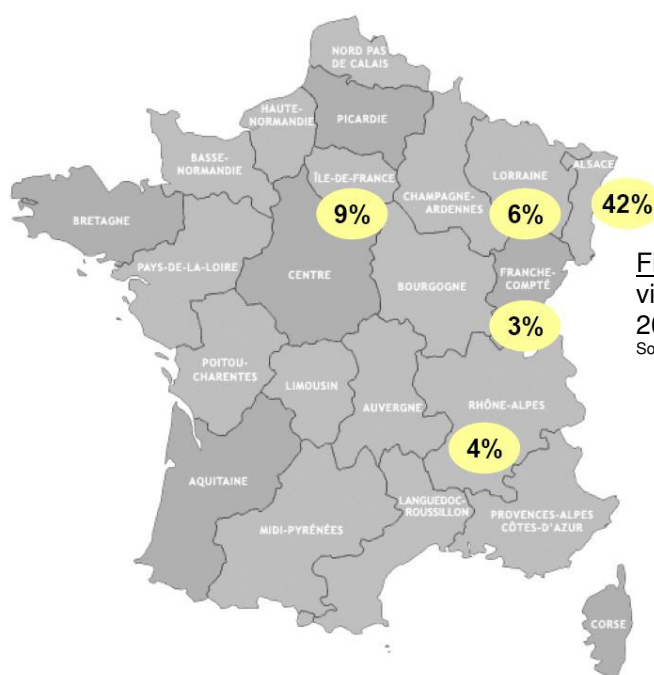


Figure 12 : Principale Région d'origine des visiteurs français des marchés de Noël en 2007

Source : Observatoire du tourisme d'Alsace

(b) Le marché de Noël, une raison en soi insuffisante pour se rendre en alsace

Selon une étude de l'IPSOS, un institut de sondage international, en 2005 sur 900 individus habitants en France et 600 individus habitants en Allemagne :

Les marchés de Noël alsaciens commencent à gagner de la notoriété en France, par contre en Allemagne, ils restent peu connus. En effet, 73% des Français interrogés ont déjà entendus parler des marchés de Noël en Alsace, contre seulement 32% en Allemagne.

Parmi ceux qui se sont déjà rendus en Alsace, seulement 4% des Français évoque en premier lieu le marché de Noël comme raison pour se rendre en Alsace. Cependant ¼ des visiteurs se rendent en Alsace pour voir de la famille ou des amis, ainsi il n'est pas exclu que lors de leur visite, si celle-ci se situe en décembre, ils passent visiter le marché de Noël. De plus, 10% vont en Alsace pour la gastronomie et ses vins, le marché de Noël est un lieu privilégié pour découvrir les spécialités gastronomiques et viticoles de la région.

En ce qui concerne la population allemande qui s'est déjà rendue en Alsace aucune personne n'a évoquée le marché de Noël comme raison première à son voyage. Par contre, comme pour les Français, il n'est pas exclu que certains d'entre eux s'y soient rendus au cours de leur séjour car leur raison première de venir en Alsace est la gastronomie et les vins (18%).

(3) Une menace pour les années à venir...

Les marchés de Noël qui sont une spécificité alsacienne en France sont de plus en plus copiés par les autres Régions qui voient un moyen de créer un peu d'animations dans les rues lors des fêtes de décembre. Certes, la plupart de ces marchés n'ont rien à voir avec ceux d'Alsace, la féerie dédagée par le Noël alsacien ne se ressent pas. En effet, ces marchés se limitent à un enchainement de stands divers et variés, souvent la décoration n'est pas soignée ...Mais il existe également des villes, qui dans un souci de qualité, arrive à faire un marché de Noël attrayant et convivial. Lyon, par exemple, a son marché de Noël depuis 1996, ainsi elle a voulu renouer avec sa tradition des marchés qui est très forte dans la ville. Dans un souci d'authenticité, son marché de Noël a été pensé pour être en tout point conforme à ceux que l'on peut trouver en Alsace. Celle-ci doit donc marquer et revendiquer sa spécificité afin que le touriste puisse différencier le Noël alsacien des autres animations de Noël et trouver une valeur ajoutée à venir dans la Région. Elle peut y arriver en s'appuyant sur son savoir-faire et ses traditions qui lui sont propres et qui font son authenticité. Des marchés de Noël alsaciens l'appliquent déjà en proposant un marché des artisans avec des produits locaux ou des animations mettant en scène des personnages clefs de la tradition alsacienne. L'architecture locale offre également un cadre exceptionnel et typique que l'on ne peut trouver nulle part ailleurs, les villes de Noël prennent un grand soin à la mettre au mieux en valeur.

Un autre point qui peut nuire à la réputation des marchés de Noël d'Alsace est leur importante fréquentation, notamment les week-ends où celle-ci est à son comble. La foule y est si dense qu'il est difficile d'accéder aux différents stands. Le journal Libération évoque ce sujet en 1996 : « À Strasbourg, le conte de Noël vire au cauchemar touristique : victime du succès de son marché, la ville est débordée. »

L'opération Noël en Alsace a permis à cette région d'être reconnue, en France et à l'étranger, comme le pays de Noël. C'est la démonstration qu'une « bonne politique de marketing » autour d'une manifestation peut contribuer au développement touristique d'une Région. « Cette opération, par son ampleur, son succès et son implication locale, peut être comparée, dans un tout autre registre, à celle du Beaujolais nouveau. Dans les deux cas, le succès n'a pas été pas le fruit du hasard, mais celui d'un véritable professionnalisme, de la mise en œuvre de moyens significatifs et de l'implication de tous les acteurs touristiques de la région, à tous les niveaux. Un succès que, en Alsace comme en Beaujolais, il faut reconquérir chaque année» (De Richoufftz, 2001). En effet, l'Alsace devra faire face dans les années à venir à plusieurs menaces : la copie de la manifestation dans les autres Régions françaises, la perte de son authenticité, l'affluence de touristes toujours plus nombreuxLa Foire Régionale des Vins d'Alsace est gérée, comme toutes les manifestations qui se déroulent au parc des expositions, par la Société Anonyme Expo Colmar. Celle-ci s'occupe de toute l'organisation technique et de la promotion de la fête. Les moyens de promotion de cette fête sont classiques : site Internet, relations avec la presse, affiches,...Toutefois, un grand soin a été donné pour la réalisation de ces supports de communication.

v) Exemple 2 : La Foire Régionale des Vins d'Alsace

(1) Des outils de promotion performants et créatifs

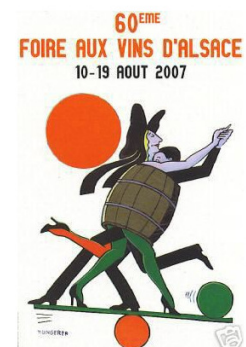
(a) Le site Internet

Sa création en 2003 a été léguée à une entreprise spécialisée car la société désirait un site très fonctionnel et évolutif. Actualisé tous les ans, celui-ci permet de retrouver en ligne toutes les informations sur la fête (programme, histoire,...). Il est en trois langues (Français, Anglais, Allemands) touchant ainsi un plus grand nombre de personnes. A partir de 2006, la réservation des billets d'entrée et de concert en ligne fut possible. Pour l'édition 2007, le graphisme complet du site a été revu.

Une campagne de marketing sur le web est également réalisée (campagne de liens sponsorisés sur Google et Yahoo, campagne d'E-mailing via plateforme spécialisée...).

(b) Une affiche créée par un artiste

En 2007, il a été demandé au célèbre artiste alsacien Tomi Ungerer de réaliser l'affiche de la fête. Les organisateurs ont voulu revenir aux traditions du début de la foire où chaque année un artiste alsacien créait l'affiche. L'artiste y exprime sa vision de la foire. Il lui donne un caractère festif, mais également un soupçon de folie et d'humour, qui se voit, par exemple, dans le nombre de jambes, trop importants pour les deux personnages.



(c) Le festival de musique, un excellent moyen de promotion

Le Festival de musique est un moyen de différencier cette manifestation de toutes les fêtes des vins célébrées un peu partout en Alsace et en France. Les spectacles permettent également de faire venir un large public, de tout âge. Certains visiteurs plus jeunes ne seraient pas venus si leur Star ne figurait pas au programme. En effet, la réputation des chanteurs est un élément attractif, et tout particulièrement pour les personnes n'habitant pas la Région. De plus, les artistes contribuent à la promotion de la fête en l'incluant dans leur tournée.

Figure 12 : Affiche 2007 de la foire aux vins d'Alsace
Source : www.foire-colmar.com

(2) Une participation essentiellement alsacienne²⁷

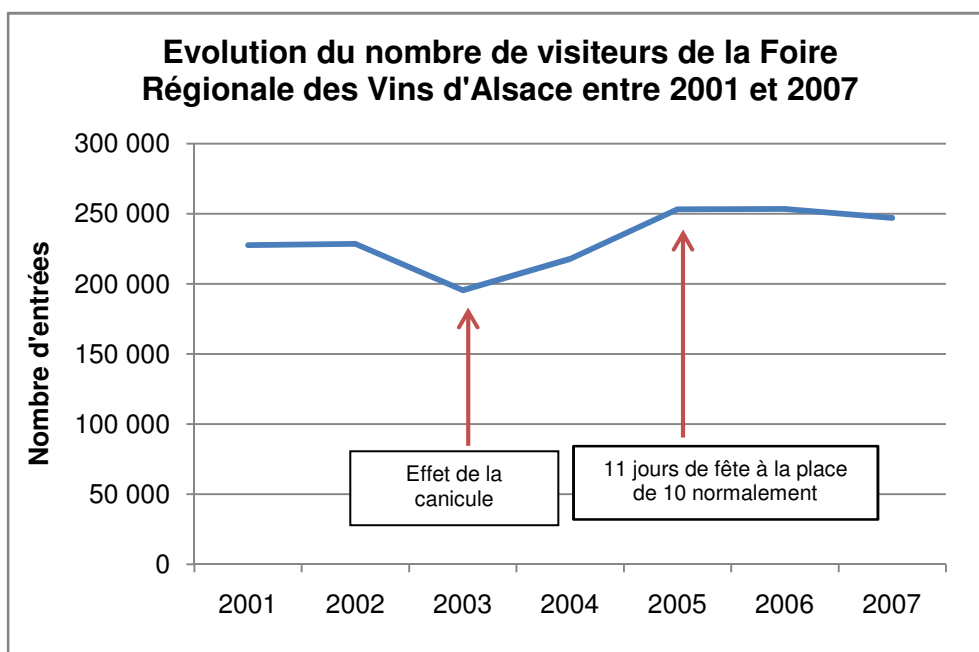


Figure 13, source : Comité Régional du Tourisme d'Alsace

Le nombre de visiteurs oscille depuis 2001 entre 200 000 et 250 000 pour une durée de dix jours. Depuis 2006, ce nombre approche la barre supérieure (on ne tient pas compte de 2005 car le nombre de jours de fête étaient supérieur). Elle est la plus importante d'Alsace (si « Noël en Alsace » n'est pas pris en compte comme une seule et même manifestation). C'est une manifestation qui reste avant tout alsacienne. Aussi, 80% des visiteurs sont de la Région dont une majorité de haut-rhinois (60%) et un plus petit nombre de bas-rhinois (20%). Parmi, les visiteurs non régionaux, il y a 5% d'Allemands et de Suisses, le reste pouvant venir de toute l'Europe et même au-delà. Cette manifestation est également intergénérationnelle, par sa diversité elle permet d'intéresser toutes les classes d'âge, ainsi que toutes les classes socioprofessionnelles.

(3) Une vitrine exceptionnelle pour les vins d'Alsace

La foire aux vins d'Alsace est le lieu de promotion du vin alsacien. À ces débuts en 1948, elle a contribué à redonner un essor à la vente des vins d'Alsace sur le marché français. Puis, par la suite, elle l'a fait connaître à travers le monde entier, par la venue de nombreux professionnels étrangers. La foire aux vins d'Alsace est un grand événement régional. Elle constitue la principale animation de l'été pour les Alsaciens. Cependant, elle attire peu de visiteurs, en effet seulement 20% des participants viennent d'ailleurs. Les concerts sont un bon moyen de promotion de la fête chez les jeunes et les personnes ne venant pas d'Alsace. Les vins, quant à eux permettent d'attirer en plus un public d'amateurs et de professionnels de la viticulture. La foire n'a pas perdu son dynamisme d'origine. A sa 60^{ème} édition, la foire a su faire face à de nombreux changements depuis sa première édition et a réussi à s'adapter en conséquence. Cependant, chaque année le succès repose sur la présence des viticulteurs et des autres exposants. Il y donc chaque année un risque d'échec, d'une part économique pour les organisateurs qui investissent dans la manifestation, d'autre part plus sentimental pour tous ceux qui portent la manifestation dans leur cœur....

²⁷ Les données de cette partie sont issues d'une part de l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace et de la SA Colmar Expo d'autre part.

vi) Exemple 3 : La fête des ménétriers

(1) Une manifestation portée par la population

La promotion de la fête s'effectue essentiellement sur tout l'axe rhénan. Cette manifestation est déjà bien connue par les habitants au niveau du territoire de la fête. En effet, elle implique de nombreuses personnes au niveau de la commune et de ses alentours, de plus elle se tient depuis très longtemps à la même date.

La presse locale et régionale parle beaucoup du sujet, 35 articles sont parus sur la fête dans les Dernières Nouvelles d'Alsace en 2007. Le premier a été publié dès le 24 juin et retranscrivait la présentation des maquettes pour les chars qui avaient eu lieu au niveau de la ville de Ribeauvillé. Le dernier, quant à lui, a été écrit un mois après la fête et publiait le bilan annuel de celle-ci. Les innombrables articles dans le journal retraçant chaque étape de la manifestation montre bien l'intérêt porté par les habitants à celle-ci. La télévision régionale en parle aussi et des affiches sont réalisées.

Un jumelage a été réalisé avec la ville allemande de Landau, elle participe à faire connaître la fête de l'autre côté de la frontière. Les cliques allemandes et suisses qui prennent part à la manifestation font également la promotion de la manifestation dans leur pays.

En France, la manifestation est répertoriée dans la FFFSH (Fédération Française des Fêtes et Spectacles Historiques). Elle donne un label de qualité à la manifestation, permet d'aider les organisateurs dans leur préparation et est aussi une voie de diffusion de cette fête dans toute la France.

Un site spécifique dédié à la fête a été réalisé par l'office du tourisme. Tout y est bien décrit, de la préparation à la fête elle-même, son histoire, ses légendes... Mais bien sûr, pour que le visiteur se dirige sur le site, il faut qu'il ait déjà connaissance de l'existence de la fête. Les sites officiels de la ville, celui de l'office du tourisme et de la mairie, font mention de la fête mais il n'y a pas de référence au site consacré à la manifestation.



Figure 14 : Interface d'accueil du site de la fête des ménétriers

Source : www.menetriers.com

(2) Des visiteurs provenant surtout de la vallée rhénane²⁸

La fête des ménétriers a accueilli 20 000 spectateurs payants en 2007 (les habitants de Ribeauvillé ne payent pas l'entrée). Ils venaient pour la majorité d'Alsace, de Suisse et d'Allemagne mais aussi des autres Régions de France ou même de plus loin. Les cliques allemandes et suisses viennent toutes en autocar, ramenant la famille et les amis.

1 500 personnes participent à la manifestation chaque année dont 30 associations. Ces personnes ne s'investissent pas uniquement le jour de la fête car 25 000 heures de travail sont nécessaires à sa préparation, demandant un budget de 850 000 euros et 50 tonnes de matériel pour une fête qui ne dure quelques heures....

La fête des ménétriers est une fête avant tout locale, car elle implique pleinement ses habitants, sur une longue durée et n'a pas autant d'ambition que la foire aux vins d'Alsace ou les marchés de Noël de se faire connaître. D'ailleurs, elle n'a pas la même ampleur, elle attire environ dix fois moins de visiteurs que la foire aux vins et dure moins longtemps.

Peu de fêtes aujourd'hui sont encore portées de cette manière par leurs habitants et ont une telle valeur identitaire. La manifestation a su devenir moderne tout en conservant son authenticité.

vii) Exemple 4 : La Kilbe²⁹

(1) Une promotion réduite au minimum

La Kilbe est une fête locale, ne possédait pas beaucoup de moyens de départ. Elle est organisée par une association villageoise (Amicale des pompiers, Club de foot...) qui compte sur la manifestation pour récolter des fonds. Aussi, la promotion reste limitée et surtout concentrée sur les moyens les moins onéreux : affiches, articles dans les journaux gratuits, annonces sur les stations radio gratuites. Certaines Kilbes peuvent aussi être présentes sur Internet, sur les sites recensant toutes les manifestations régionales ou locales, mais ce n'est pas le cas pour toutes. Selon M Siegrist, organisateur de la Kilbe de Saint-Bernard, 70% des personnes viennent pour l'orchestre. En effet, deux grands orchestres sont reconnus et appréciés dans la Région, leur présence à une Kilbe est perçue comme un gage de qualité par la population. De plus, ils réalisent de leur côté la promotion pour les fêtes qu'ils animent et entraînent avec eux, à chaque manifestation, un public d'habités. Les Kilbes sont aussi des fêtes présentes depuis longtemps dans les communes, certaines personnes connaissent les dates et s'y rendent à chaque fois comme un rendez-vous annuel. Cependant, contrairement à autrefois où tout le monde connaissait de cette manière la date des fêtes, aujourd'hui, seules quelques personnes viennent par habitude. L'équipe des organisateurs participent directement à la promotion de la fête en faisant venir leur famille et leurs amis.

(2) Une participation locale

Le nombre de personnes présentes à chaque soirée est compris entre 200 et 500. Ces personnes viennent des villages alentours dans un rayon moyen d'une vingtaine de kilomètres et au maximum de 70 kilomètres pour les personnes suivant l'orchestre. Toutes les classes d'âges sont représentées durant la fête. Au début de la soirée, les personnes les plus âgées sont présentes et l'orchestre joue de la musique qui leur est destinée. Puis, au fur et à mesure de l'avancement de la soirée, les jeunes investissent la piste de danse et la musique change de registre.

²⁸ Les chiffres de cette partie proviennent de www.menetriers.com

²⁹ Toutes les informations de cette partie ont été reprises de l'interview de M Roland Siegrist, organisateur de la Kilbe de Saint-Bernard et des résultats de huit questionnaires réalisés auprès de personnes fréquentant des Kilbe différentes.

La Kilbe est une fête à portée locale, qui draine un public d'habitues (famille et amis des organisateurs, public des orchestres et habitues de ce type de manifestation...). La promotion est reduite au minimum, par manque d'argent. La manifestation n'a egalement pas vocation a etre plus connue et accueillir plus de monde, et ceci principalement par raison de securite. En effet, le chapiteau ne peut accueillir qu'un nombre limite de personnes. Ces fetes reposent sur le dynamisme de l'equipe d'organisateur et leur volonte a les perpetuer. Et meme si elle semble condamnee en continuant sous cette forme, il n'est pas exclu qu'elle cherche a se transformer. Certaines Kilbe ont deja fait ce pas en s'associant a d'autres fetes...

	Marchés de Noël	Foire Régionale des Vins d'Alsace	Fête des ménétriers	Kilbe
<i>Niveau de promotion</i>	International	International	Surtout l'axe rhénan	Local
<i>Organisme chargée de la promotion</i>	Comité régional du tourisme, assisté localement par les offices du tourisme	S.A Expo Colmar, office de tourisme	Villes (Ribeauvillé et sa ville jumelée allemande Landau), office du tourisme, groupes de musique, FFFSH (Fédération Française des Fêtes et Spectacles Historiques)	Association organisatrice.
<i>Moyens de promotion</i>	Brochures en cinq langues, site internet trilingue, achat de mot clef sur le web, « Roadshow », campagne de presse, affichage gare de l'Est.....	Site Internet trilingue, affiches réalisées par un artiste, campagne de presse, achat de mot clef sur le web, campagne de presse, promotion via les chanteurs...	Nombreux articles dans les journaux locaux, site Internet, télévision régionale, affiches...	Affiches, journaux gratuits, radios gratuites, bouche à oreilles...
<i>Nombre de personnes présentes</i>	1,5 millions (2007) pour l'ensemble de l'opération « Noël en Alsace »	250 000 (2007)	20 000 (2007)	Entre 200 et 500
<i>Origine de ces personnes</i>	82% des visiteurs sont français et 18% étrangers, dont 9% d'Allemands, des Belges, des Suisses et des Autrichiens.	Une majorité d'Alsaciens (80%), quelques Suisses et Allemands (5%) et 15% de Français non Alsaciens	Majorité d'Alsaciens, de Suisses et d'Allemands mais aussi des personnes des autres Régions de France ou même de plus loin	Alsaciens venant d'un rayon moyen d'une vingtaine de kilomètres
<i>Diversité des personnes</i>	De tous les âges et toutes les catégories socioprofessionnelles	De tous les âges et toutes les catégories socioprofessionnelles	De tous les âges et toutes les catégories socioprofessionnelles	A partir de 15 ans environ, personnes habitants la campagne le plus souvent

viii) **Commentaire du tableau**

(1) Des promotions ayant des ambitions très différentes

Les moyens mis en œuvre pour la manifestation dépendent essentiellement de sa taille et du soutien politique qu'elle bénéficie. Certaines fêtes de très grande ampleur ont la volonté de se faire connaître au niveau régional et national mais aussi international. Les marchés de Noël en font partie. De nombreux efforts sont réalisés pour que la manifestation « Noël en Alsace » soit connue plus largement. Les pays visés restent, néanmoins, proches de la France. Ainsi, par exemple, une brochure en cinq langues a été diffusée (Allemands, Français, Anglais, Italiens, Néerlandais). Des moyens de promotion originaux ont aussi été mis en œuvre comme la « Roadsow ». C'est une caravane qui parcourt plusieurs villes, pour informer, à chaque fois, les habitants sur les marchés de Noël. La foire aux vins, quant à elle, a aussi un niveau de promotion très performant, visant à faire connaître la fête à une échelle plus large que la Région et le pays. Par contre, les moyens employés ne sont pas aussi originaux que certains utilisés pour les marchés de Noël. Le festival de musique permet également à la foire de se faire connaître, avec l'intermédiaire d'artistes très connus qui font de leur côté de la publicité pour leurs concerts.

La fête des ménétriers est une fête de plus petite taille avec une promotion plus légère, sur un territoire plus restreint. Le niveau de promotion est avant tout régional (télévision, journaux). Cependant, de l'autre côté du Rhin, des organismes prennent le relais pour faire connaître la fête (groupes de musique et ville jumelée). La fête fait aussi parti du FFFSH (Fédération Française des Fêtes et Spectacles Historiques), ce qui lui donne un label de qualité et une voie de diffusion supplémentaire sur toute la France. La Kilbe, quant à elle, a une promotion uniquement locale. Elle est organisée par une association et ne bénéficie que de très peu de soutien politique. Elle a très peu d'argent à consacrer pour la publicité, aussi celle-ci est très restreinte.

On peut aussi noter que pour les petites manifestations, le bouche à oreille et les réseaux d'amis sont un moyen non négligeable pour faire venir les personnes. Pour les grandes manifestations, le réseau Internet est un moyen de promotion important aujourd'hui et très prometteur pour l'avenir. Cependant, il doit être complété par d'autres formes d'information, car pour qu'une personne se dirige sur le site d'une manifestation, il faut déjà qu'elle soit au courant de l'existence de celle-ci....De plus, des personnes, surtout parmi les plus âgées n'ont pas accès ou ne maîtrisent pas l'outil Internet.

(2) Une fréquentation dépendante de la qualité de la promotion

Le nombre de personnes accueillies au sein des manifestations découlent, de façon logique, du niveau et de la qualité de la promotion qui a été effectuée. Ainsi, plus les moyens mis en place sont importants plus le nombre de personnes sera élevé. Et plus les efforts pour faire connaître la manifestation à l'international sont grands, plus le pourcentage d'étrangers sera élevé....Ainsi, le nombre d'étrangers aux marchés de Noël est de 20%, 5% à la foire aux vins et presque aucun à la Kilbe. La fête des ménétriers en attirent beaucoup par l'intermédiaire d'organismes relais, mais surtout des Suisses et des Allemands.

Commentaire final

i) La fête au service de l'identité

(1) Une identité impulsée et moins spontanée

Autrefois, les fêtes s'établissaient au fil du temps. La valeur identitaire véhiculée par la fête se formait dans la durée et se modifiait selon les époques et la signification donnée à la manifestation. Aujourd'hui ce principe est encore vrai, cependant, la plupart des nouvelles manifestations sont impulsées par la volonté politique. Des fêtes inexistantes ou peu importantes ont, en quelque temps seulement, acquis un véritable succès auprès de la population et sont reconnus à l'extérieur. Cette réussite rapide prouve que les manifestations festives ne sont pas seulement considérées comme des occasions de se divertir, mais véritablement comme des fêtes populaires offrant des valeurs identitaires aux Alsaciens. La foire aux vins d'Alsace, par exemple, a à peine 60 ans et elle attire déjà 250 000 visiteurs dont 80% d'alsaciens. Ce succès n'est pas seulement du à la promotion effectuée, c'est également une manifestation qui tient à cœur aux habitants de la Région. Cette réussite est également due, à l'origine, à la mobilisation des organisateurs qui se sont battus pour sa réussite. Les marchés de Noël sont également un exemple. Avant 1990, ils étaient peu connus en Alsace, à part dans quelques communes. Par volonté du Comité Régional du Tourisme d'Alsace, ils se sont étendus à toute la Région, passant de 13 en 1991 à 115 en 2007. Aujourd'hui, l'Alsace est reconnue largement en France comme « le territoire de Noël ». Toutefois, pour les fêtes très anciennes comme la fête des ménétriers, le temps est le principal facteur ayant contribué au succès actuel de la fête. Celle-ci a encore aujourd'hui une valeur identitaire très forte pour les habitants, à un tel point que chaque étape de la fête est décrite dans les pages locales du journal régional (une trentaine d'articles uniquement pour l'année 2007).

(2) Le temps et la périodicité toujours au service de l'identité

Le temps a, toutefois encore son importance pour les nouvelles manifestations. Il permet de stabiliser la fête et de l'inscrire dans une démarche de qualité. C'est dans ce cas là seulement qu'une manifestation a une chance d'être adoptée et reconnue par les habitants d'un territoire. En effet, une fête peut être fortement soutenue politiquement, si elle n'arrive pas à séduire le public, elle s'éteindra. Les premières années du lancement de l'opération « Noël en Alsace », l'objectif était de faire venir toujours plus de monde. Cependant, aucune démarche de qualité n'a été mise en place. Quelques années plus tard, les marchés de Noël furent victimes de leur succès. Le Comité Régional d'Alsace réagit et mit en place une opération contribuant à redonner un peu d'authenticité à la manifestation. Dans ce cas là, le temps a permis d'améliorer la manifestation et de se rendre compte des erreurs commises à l'origine.

Pour les manifestations anciennes, le temps permet également d'éliminer celles qui n'arrivent pas à s'adapter au contexte actuel. Certaines portent encore en elles des caractéristiques propres au passé, à un autre temps. La Kilbe par exemple n'est plus vraiment adaptée aux pratiques festives actuelles. Elle est basée sur les modes de vies ruraux traditionnels, qui n'existent plus aujourd'hui. La population n'arrive donc plus à retrouver des valeurs identitaires dans cette manifestation dans laquelle elle ne se reconnaît plus. Celle-ci perd donc petit à petit son importance et son public. Cependant, certaines d'entre elles ont su évoluer, permettant de retrouver son succès d'antan.

La périodicité, quant à elle, est toujours importante, elle est recherchée pour permettre d'ancrer une manifestation et d'en faire des repères pour la population. Jadis, tout le monde connaissait la date des fêtes qui se situaient près de chez lui. En effet, encore pour certaines Kilbes aujourd'hui, des personnes âgées s'y rendent chaque année sans avoir besoin d'être informées, elles connaissent la date, inchangée depuis des années. Aujourd'hui, avec la multiplication des manifestations dans le temps et dans l'espace, ce n'est plus toujours le cas. Aussi, il est dotant plus important que les fêtes reviennent chaque année pour pouvoir devenir des symboles identitaires pour la population.

(3) Des mises en scène pour une image modelée/des mises en scène pour une identité fabriquée

Les fêtes véhiculent certains symboles. Un visiteur participant à une manifestation sur un territoire peu connu retiendra des images, qui constitueront, pour lui, l'identité de l'espace qui porte la manifestation. Aujourd'hui, les organisateurs des fêtes ont compris que celles-ci ont le pouvoir de véhiculer une identité particulière du territoire. Aussi, cette aptitude de la fête est utilisée afin de faire créer une identité avantageuse pour le territoire, lui permettant d'être distinguée et reconnue à l'extérieur. Pour cela, les fêtes sont mises en scène comme de véritable spectacle, mettant en valeur certaines caractéristiques de l'espace en cachant d'autres. La ville de Colmar, par exemple, dissémine chaque année plus de 1150 points lumineux pour mettre en valeur son architecture unique lors de son marché de Noël. Ainsi, elle entretient son image très attrayante de « très belle ville, typiquement alsacienne ».

ii) La fête répond à une recherche d'authenticité

(1) Des savoir-faire et des traditions mises en scène pour une authenticité retrouvée

La plupart des fêtes, encore actuellement, montrent des caractéristiques propres au territoire sur lequel elle se produit. Celles-ci peuvent notamment être des traditions et des savoir-faire propres au territoire. D'une part, ils contribuent à ce que la fête soit unique, qu'elle ne puisse se produire ailleurs, sur un espace différent, n'ayant pas les mêmes particularités. D'autre part, en mettant en scène ses savoir-faire et ses traditions, les territoires montrent leur authenticité. Ainsi, la ville de Ribeauvillé a une histoire singulière en tant que ville des ménétriers. Sa fête ne peut donc se produire à un autre endroit, n'ayant pas les mêmes racines. De plus, en mettant en scène des groupes traditionnels de musique, les habitants contribuent à perpétuer l'histoire de leur cité, qui fait son authenticité. Dans une culture de plus en plus globalisée qui ne tient plus compte des spécificités de chaque région, certaines régions perdent leurs particularités. Aussi, les fêtes mettant en avant un savoir-faire sont ainsi d'autant plus importantes qu'elles redonnent une authenticité souvent perdue à un territoire. Cela permet alors aux habitants, de renforcer les liens qu'ils entretiennent avec leur lieu de vie ou, s'ils n'existaient plus, de les retrouver. Et les personnes extérieures sont attirées par un territoire qui semble unique et intéressant à découvrir.

(2) Des nouveaux savoir-faire propres à chaque fête

Les savoir-faire propres à une région sont des savoir-faire anciens qui ont été constitués au fil du temps et qui ne sont souvent plus mis en œuvre en dehors des fêtes et des musées. Cependant, de nouveaux savoir-faire sont présents lors des manifestations. Toutefois, contrairement à ceux d'antan, rares sont ceux qui sont encore typiques à une région. Soit ils sont universels ou particuliers à un espace très étendu, mais dans ce cas là ils ne contribuent pas à donner de l'authenticité à un territoire. Soit ils sont propres à une fête en particulier et relèvent souvent alors d'une capacité particulière à organiser la manifestation pour la rendre attractive. Pour la fête des ménétriers toute une méthode a été mise en place pour son organisation. Celle-ci nécessite des personnes sachant construire des chars, fabriquer des costumes, mettre en place le décor.... Ces savoir-faire n'étaient pas présents jadis. La fête était alors plus spontanée et moins préparée... Néanmoins, cette technique contribue à donner une particularité à la fête elle-même, et par extension, au territoire qui la porte. En effet, une manifestation avec une méthode toute particulière de préparation qui a été conçue au fil du temps sera difficilement exportable. Cela sera d'autant plus vrai si certaines particularités du territoire sont reprises.

(3) Une authenticité à promouvoir

Autrefois, il n'y avait que très peu de promotion pour les fêtes. Les gens connaissaient les fêtes proches de chez eux et pour les nouvelles, le bouche à oreille était le moyen de publicité le plus commun. Cependant, des affiches étaient aussi colées pour certaines fêtes et les journaux pouvaient aussi les annoncer. Aujourd'hui, pas beaucoup plus de moyens de promotion sont mis en œuvre pour les fêtes locales comme la Kilbe, par exemple. Par contre, certaines manifestations endossent des fonctions politiques et économiques, qu'elles n'avaient pas jadis. Elles ont ainsi le rôle d'attirer les touristes et de donner l'image d'un territoire dynamique et authentique se distinguant des autres. Les organisateurs de ces fêtes ont toujours l'ambition de faire venir plus de monde, venant toujours de plus loin. La promotion doit être en conséquence : de qualité, portée sur l'international et originale pour étonner et donc intéresser les personnes. Les marchés de Noël alsaciens ont diffusé une brochure en cinq langues, ont mis en place un site internet trilingue et ont organisé un roadshow, une caravane allant de ville en ville pour promouvoir la manifestation.

Conclusion

Les grilles mises en place lors de ce travail de recherche permettent d'apporter des éléments de réponse sur le sens de la fête en Alsace. Elles sont basées sur deux hypothèses précédemment formulées : la fête a un rôle identitaire et elle permet de redonner de l'authenticité à la Région. Celles-ci ont pu être confirmées.

Jadis la fête, par la pratique de rites successifs dans un temps qui se distingue du quotidien, transformait un espace, lui donnant ainsi un sens particulier, permettant de véhiculer des valeurs identitaires. Aujourd'hui, cette théorie n'est vraie plus que pour quelques rares fêtes alsaciennes. Les fêtes contemporaines ou renouvelées proposent des activités simultanées sur plusieurs endroits différents. Les participants sont libres de cheminer dans la manifestation comme ils le souhaitent. Les lieux de la fête, autrefois reliés par un fil « sacré » tissé par la pratique de rituel, sont aujourd'hui assemblés grâce à une ambiance particulière. Celle-ci est créée par une mise en scène fabriquée de toute pièce pour la manifestation. Elle vise à créer une atmosphère festive, mettant en avant le territoire et certaines de ses particularités, permettant de renvoyer des images positives de celui-ci. Les touristes participant à la manifestation l'identifieront donc à un territoire attractif et dynamique, intéressant à découvrir. Ainsi, l'Alsace est aujourd'hui largement reconnue comme le territoire de Noël depuis le lancement de l'opération « Noël en Alsace ». La Foire Régionale aux Vins, quant à elle, a contribué à diffuser l'image d'une Région viticole et gastronomique. Ces manifestations permettent également aux alsaciens de retrouver leurs racines à un moment où sa culture s'effrite... Les manifestations actuelles, tout comme celles de hier cherchent à s'ancrer dans le temps et à devenir des repères pour les habitants. Aussi, elles reviennent chaque année à la même période. Même si elles sont souvent impulsées par les politiques, ce qui favorise leur succès, le temps est nécessaire pour que celles-ci deviennent des fêtes de qualité. La culture alsacienne contient de nombreuses particularités qui font d'elle un territoire tout à fait singulier. Cependant, avec l'uniformisation des cultures, celles-ci tendent à perdre un peu de leur caractère. Les fêtes, en mettant en avant des savoir-faire et des traditions propres à l'Alsace, permettent de lui redonner un peu d'authenticité. Celle-ci est valorisée lors de la promotion des fêtes, permettant de faire connaître un territoire particulier, qui se distingue des autres. Elle s'effectue à plusieurs niveaux : du local à l'international. Celles qui participent le plus à la diffusion d'une image d'un territoire authentique sont les plus grandes manifestations soutenues politiquement. En plus des rôles habituels d'une fête, elles endossent des fonctions politiques et économiques, en effet elles doivent attirer un maximum de touristes pour dynamiser l'économie régionale.

La signification contemporaine de la fête en Alsace suit le mouvement actuel du renouvellement festif que l'on peut observer sur tout le territoire français et même sur un territoire plus vaste. Cependant, les particularités du territoire doivent être prises en compte car elles modifient quelque fois le sens global de la fête. Ballotée entre la France et l'Allemagne au cours de son histoire, l'Alsace, voulant se démarquer, a développé sa propre culture. Aussi, c'est quand elle a été annexée par l'Allemagne en 1890 que la ville de Ribeauvillé a voulu redonner un caractère authentique à sa fête des ménétriers. La foire aux vins d'Alsace a également été créée en partie pour éviter que le marché alsacien ne soit envahi par les vins allemands. L'Alsace a aussi une tradition très festive. Les fêtes régionales rythment le calendrier. Les livres anciens présentent les fêtes alsaciennes comme un cycle où chaque mois est animé par au moins une fête. Ces fêtes sont pour certaines, communes à tous les villages d'Alsace, d'autres sont moins répandues. Cependant, toutes les communes, même les plus petits villages, accueillent au moins une manifestation au cours de l'année. Le tissu associatif très développé contribue à maintenir les fêtes dans les villages. La Kilbe, par exemple, n'existerait plus si des associations motivées ne se battaient pas chaque année pour les maintenir en vie. Dans quasiment toutes les fêtes, la gastronomie est présente mettant en avant une image singulière d'une Alsace gourmande. D'ailleurs, la cuisine régionale est la première raison de la venue des Allemands en Alsace...La situation du territoire au cœur de l'Europe favorise la venue de touristes étrangers et de la promotion des fêtes à l'international. Certaines fêtes alsaciennes semblent d'ailleurs attirer plus de personnes des pays frontaliers que des autres Régions françaises. On peut citer par exemple la fête des ménétriers où de nombreux groupes de musiques participant à la fête attirent la population allemande et suisse. La musique constitue également un élément important en Alsace, même si elle est menacée aujourd'hui car trop assimilée à la musique allemande.

L'Alsace est un territoire avec des particularités fortes où la fête est présente dans les traditions populaires mais d'autres régions de France le sont également. Cette analyse devra être reprise sur d'autres territoires très différents pour pouvoir en tirer des conclusions plus générales sur la signification actuelle de la fête. De plus, cette recherche observe la situation présente et se réfère au passé pour tenter de mieux la comprendre. Dans quelques années, celle-ci pourra avoir changé, modifiant ainsi le sens de la fête. Pour l'avenir, seul des suppositions peuvent être émises. Le rôle joué par les Régions devra s'accroître à l'avenir avec la décentralisation ...Celles-ci voudront, encore plus qu'actuellement, renforcer leur identité pour se différencier des autres territoires et faire venir les touristes ainsi que les entreprises et les ménages. Par conséquent, le nombre de fêtes soutenues politiquement s'accroîtront. La quête d'authenticité n'étant pas prête de s'arrêter, les manifestations mettant en scène des savoir-faire du passé se développeront encore, notamment dans les espaces ruraux. Elles prendront la place des fêtes populaires anciennes qui persistent dans certains villages mais qui ont perdu leur authenticité. Il est probable que ces manifestations prendront également des fonctions politiques et économiques. Elles permettront par exemple aux touristes de découvrir chaque territoire par le biais des fêtes.

Bibliographie

Ouvrages

BECHLER Paul-André, *Les couloirs du temps du Pfifferdaj de Ribeauvillé*, 2007, 110p.

CERTU, *La place de la fête dans l'espace public*, Lavoisier, 2006, 170p.

CRETIN Nadine, *Fêtes et traditions occidentales*, PUF : Que sais-je ?, 1999, 128p.

CRETIN Nadine, *Inventaires des fêtes de France d'hier et d'aujourd'hui*, Larousse, 2003, 381p.

Di MEO Guy, *La géographie en fête, La Villette*, 2002, 269p.

DISTEL Charles, *Wintzenheim et son canton*, 1972.

DREIKAUS Huguette, *L'Almanach d'Huguette*, La nuée bleu, 2001, 110p.

DUVIGNAUD Jean, *Fêtes et civilisations*, Acte Sud, 1991.

KLEIN George-LESER Gérard-SARG Freddy, *L'Alsace et ses fêtes*, Difal-Erce-Do Bentzinger édition, 1995.

LEGIN Philippe, *Coutumes et costumes d'Alsace*, Editions SAEP-Ingersheim-Colmar, 1993, 123p.

WUNENBERGER Jean-Jacques, *La fête, le jeu et le sacré*, Éditions Universitaires, Jean-Pierre Delarge, éditeur, Paris 1977.

Revue/Périodiques/Colloques

CROZAT Dominique, *La permanente reconstruction du village à travers ses fêtes. L'étude des sorties (bals et lotos) met en valeur la permanence de deux niveaux de structuration territoriale ancrés dans les mentalités*, Colloque de l'Associations des ruralistes français (ARF) à Toulouse, octobre 2000, 17p.

De Richoufftz Olivier (Comité Régional du Tourisme d'Alsace), *Noël en Alsace. Le succès de toute une Région*, Revue Espaces, n°188, p51 à 54, décembre 2001.

Disponible en ligne sur : halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/05/14/17/PDF/BalsVillageCrozat.pdf

DI MEO et al, *Le renouveau des fêtes et des festivals*, Armand Colin : Annales de Géographie, n°643, mai-juin 2005, 336p.

Expo Colmar, *Revue de la 60^{ème} foire aux vins d'Alsace*, août 2007, 54p.

Groupe de recherche pour l'éducation et la prospective, *Part des facteurs culturels dans l'élaboration des projets territoriaux de développement*, Grep : Pour, n°193, mars 2007, p138-142.

IPSOS-Région Alsace, *Notoriété et image de la région touristique Alsace auprès des Français et des Allemands. Rapport de l'étude qualitative*, novembre 2005, 78p.

IPSOS-Région Alsace, *Notoriété et image de la région touristique Alsace auprès des Français et des Allemands. Rapport de l'étude quantitative*, novembre 2005, 88p.

Région Alsace, *Stratégie régionale de développement du tourisme en Alsace*, novembre 2005, 79p.

SCHNEIDER Marc, KUENY M.J, *La fête des ménétriers*, Ribeauvillé et son canton, 1972, p14-15.

UMR 5045-CNRS, *La fête au présent*, Colloque international à Nîmes, septembre 2006, 167p.

Disponible en ligne sur : recherche.univ-montp3.fr/mambo/mte/colloque6/programme.pdf

Articles de journaux

Airs de Fêtes, Dernière Nouvelles d'Alsace, supplément 2007.

Comité de fêtes de Ribeauvillé, Ensemble des articles parlant du pifferdaj sur l'année 2007, Dernières Nouvelles d'Alsace.

Dossier Alsapresse, *La foire aux vins d'Alsace*, 1991.

Disponible en ligne sur : www.alsapresse.com/dossiers_classes/fov/vin.html

Documents Internet

Association Fifres et Tambours de Flandre, *Fifres et ménétriers en Alsace*, 11 juillet 2005.
Disponible sur : www.fifres-et-tambours.com/article.php3?id_article=72

DI MEO, *Du village à la planète : les territoires en fête*, Café géographique, 29 mai 2005.
Disponible sur : www.cafe-geo.net/article.php3?id_article=111

FUTUROUEST, *La fête, outil d'équilibre de l'ordre social 2015-2020*, octobre 2005, 11p.
Disponible en ligne sur : www.futuroouest.com/pdf/FUTasso-Lafete-Rapport2.pdf

Les ménétriers d'Alsace, La France pittoresque, d'après un article de 1904.

Disponible sur : www.france-pittoresque.com/traditions/42.htm

Sites

Association Alsace Passion, *Les marchés de Noël en Alsace*, dernière mise à jour : 2007.
Disponible : www.marche-de-noel.com.

Christian Mandon, *Les fêtes traditionnelles en Europe*, dernière mise à jour : 25 novembre 2006.

Colmar-expo SA, *Foire aux vins d'Alsace*, 2007.

Disponible sur : www.foire-colmar.com

Comité régional du Tourisme d'Alsace, *Alsacez-vous*, dernière mise à jour : 2008.

Disponible sur : www.tourisme-alsace.com

Comité Régional du Tourisme d'Alsace, *Noël en Alsace*, dernière mise à jour : 2007.
Disponible : noel.tourisme-alsace.com

Office de tourisme de Ribeauvillé et Riquewihr, dernière mise à jour 2008.
Disponible sur : www.ribeauville-riquewihr.com

Office du tourisme de Colmar-Ville de Colmar, Colmar...la magie de Noël, dernière mise à jour : 2007. Disponible sur : www.noel-colmar.com.

Ville de Ribeauvillé, dernière mise à jour : 2008.
Disponible sur : www.ribeauville.net

Ville de Ribeauvillé-office du tourisme de Ribeauvillé, *Les ménétriers à Ribeauvillé*, dernière mise à jour : 2008.
Disponible sur : www.menetriers.com

Dictionnaires/Encyclopédie

Dictionnaire Hachette de la langue française, 1985.

G.W, *Messti*, Encyclopédie d'Alsace, volume 8, p5070 à 5073.

Grand Larousse encyclopédique, 1964.

Larousse du XXème siècle, édition 1932.

Table des matières

INTRODUCTION.....	1
METHODOLOGIE ET ELEMENTS NECESSAIRES POUR LA RECHERCHE	3
A) LE TERRITOIRE D'ETUDE	3
i) <i>Choix du territoire d'étude</i>	3
ii) <i>Présentation du territoire</i>	3
B) DEFINITION DES PRINCIPALES NOTIONS DE L'ETUDE	4
i) <i>La fête</i>	4
(1) L'évolution du terme dans le temps	4
(2) Définition commune.....	4
(3) Définition à caractère historique	5
(4) Définition à caractère social.....	5
(5) Définition géographique.....	5
ii) <i>Identité (approche géographique)</i>	6
iii) <i>Authenticité</i>	6
C) LE CHOIX DES FETES	6
i) <i>Pré choix</i>	6
ii) <i>Choix avec la grille de critère</i>	7
(1) Kilbe.....	7
(2) Marchés de Noël.....	7
(3) Foire Régionale des Vins d'Alsace	7
(4) Fête des ménétriers.....	7
1) LA FETE RENFORCE UNE VOLONTE D'IDENTITE	8
A) LE TEMPS ET LA PERIODICITE AU SERVICE DE L'IDENTITE	8
i) <i>La fête, un moment à part</i>	8
ii) <i>Une valeur identitaire obtenue au fil du temps</i>	8
iii) <i>La périodicité, un moyen de renforcer l'identité</i>	8
iv) <i>L'évolution de la fête, une clef de compréhension de sa signification</i>	9
v) <i>Exemple 1 : Le marché de Noël</i>	9
(1) Une fête ancienne basée sur des traditions populaires	9
(2) Le tournant décisif des années 90	10
vi) <i>Exemple 2 : La Foire Régionale des Vins d'Alsace</i>	10
(1) Une longue maturation	11
(2) Les concerts, un tournant majeur pour la foire.....	11
vii) <i>Exemple 3 : La fête des ménétriers</i>	12
(1) Une origine lointaine mais connue.....	12
(2) Un retour aux sources	13
(3) Des rites pas si différents qu'aux origines	13
viii) <i>Exemple 4 : La Kilbe</i>	14
(1) Une origine lointaine et floue	14
(2) Le déroulement traditionnel d'une Kilbe (après la révolution jusqu'aux années 60)	14
(3) Evolution de la fête (à partir des années 60)	15
ix) <i>Commentaire du tableau</i>	17
(1) Une identité créée au fil du temps avec de nouvelles logiques à prendre en compte.....	17
(2) Dates et périodicité de la fête	18
(3) Une nouvelle manière de pratiquer la fête	19
(4) Des fêtes toujours plus longues.....	19
B) UNE APPROPRIATION PARTICULIERE DE L'ESPACE.....	20
i) <i>Exemple 1 : Le marché de Noël</i>	21
(1) Des pays de Noël pour une vision d'ensemble du territoire en fête.....	21
(2) Les villes de Noël.....	21
(3) Une ville en fête, exemple de la ville de Colmar	22
(a) Un marché de Noël composé de plusieurs lieux distants.....	22
(i) Le marché de Noël place des Dominicains	22
(ii) Le marché de Noël place Jeanne d'Arc.....	23
(iii) Le marché de Noël intérieur et extérieur du Koïfhus	23
(iv) Le marché de la petite Venise.....	23
(v) Place Rapp et Champs de Mars	24
(b) Des liens pour fédérer les espaces de la fête	24

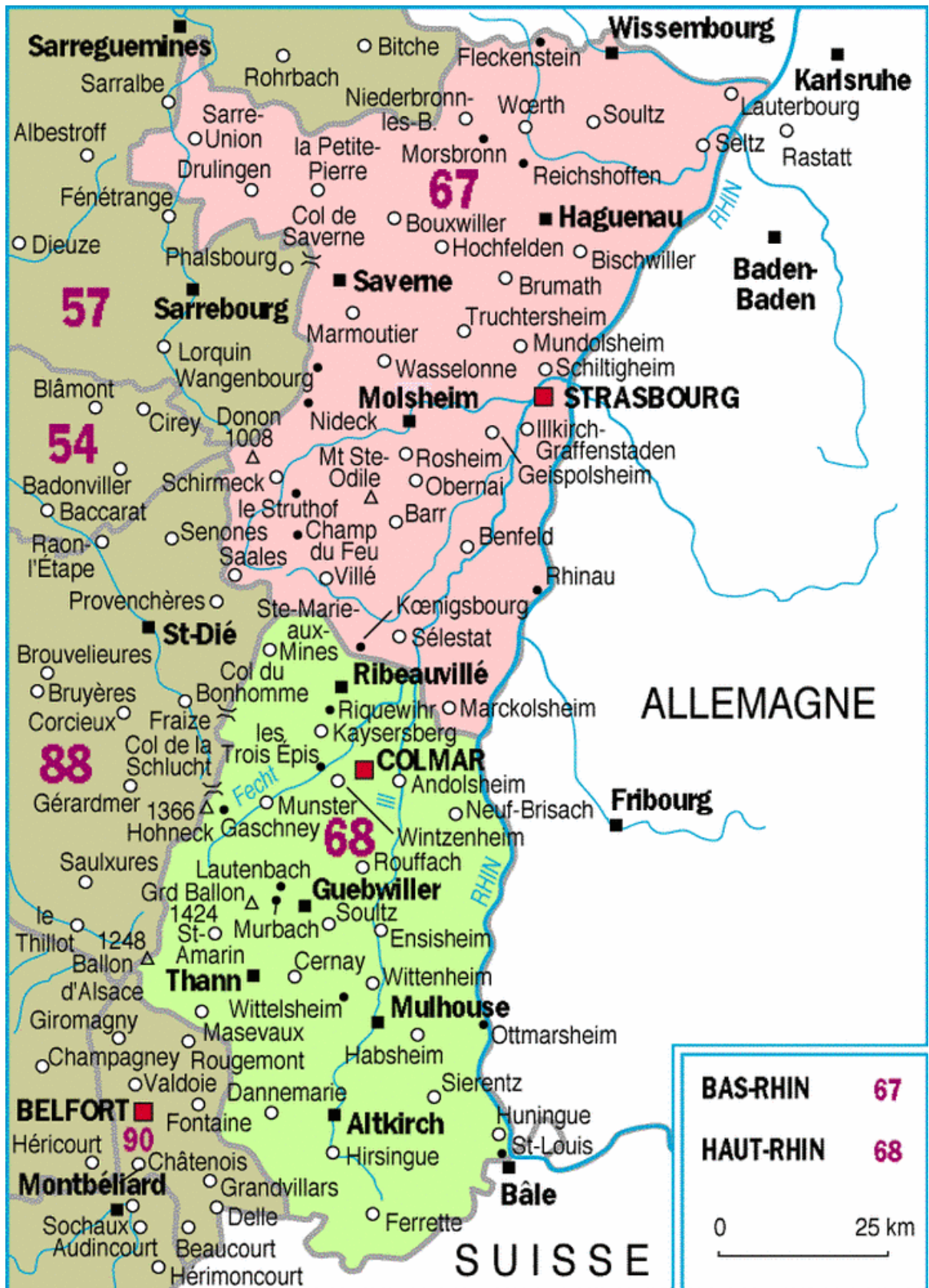
(i)	Des milliers de petites lumières pour une ambiance mystérieuse.....	24
(ii)	Un parcours pour orienter le visiteur	25
ii)	<i>Exemple 2 : La Foire Régionale des Vins d'Alsace</i>	25
(1)	Des lieux adjacents aux vocations multiples.....	26
(a)	L'espace gastronomique et viticole	27
(b)	La foire généraliste	27
(c)	La foire agricole	27
(d)	Le théâtre plein air	28
(2)	Des liens de nature variée	28
iii)	<i>Exemple 3 : La fête des ménétriers</i>	29
(a)	Le cortège au temps des ménétriers.....	29
(b)	Le cortège aujourd'hui	29
iv)	<i>Exemple 4 : La Kilbe</i>	30
(a)	La fête d'autrefois	30
(i)	Une fête populaire locale.....	30
(ii)	Une procession pour fédérer le village	30
(b)	La fête aujourd'hui	31
v)	<i>Commentaire du tableau</i>	32
(1)	Une fête portée à différentes échelles	32
(2)	Des fêtes ancrées au sein d'un territoire	32
(3)	Des liens spontanés aux liens fabriqués.....	33

2) LA FETE RENVOIE A UNE RECHERCHE D'AUTHEENTICITE 34

A)	UNE VOLONTE DE PERPETUER UN SAVOIR-FAIRE.....	34
i)	<i>Exemple 1 : Marché de Noël</i>	35
(1)	Jadis, un petit marché artisanal	35
(a)	Savoir faire gastronomiques	35
(i)	Les épices	35
(ii)	Les petits gâteaux de Noël.....	35
(iii)	Le vin chaud.....	35
(iv)	La bière de Noël.....	36
(b)	Les décorations artisanales de Noël	36
(2)	Aujourd'hui, de grands marchés aux produits variés	36
ii)	<i>Exemple 2 : La Foire Régionale des Vins d'Alsace</i>	37
(1)	Un savoir-faire ancestral.....	37
(2)	Une foire au service d'un savoir faire.....	37
(3)	Les autres savoir-faire	38
iii)	<i>Exemple 3 : La fête des ménétriers</i>	38
(1)	Un savoir faire médiéval	38
(2)	Une fête préparée avec un savoir faire unique	39
(a)	Choix du thème.....	39
(b)	Création des maquettes de char.....	39
(c)	Construction des chars	40
(d)	Création des costumes	40
(e)	Choix des fanfares	41
iv)	<i>Exemple 4 : La Kilbe</i>	41
v)	<i>Commentaire du tableau</i>	43
(1)	Une authenticité renforcée par des savoir faire	43
(2)	Des savoir-faire bien particuliers.....	43
B)	UNE VOLONTE DE PROMOUVOIR UN TERRITOIRE	44
i)	<i>Promouvoir une image singulière</i>	44
ii)	<i>Rendre le territoire attirant pour les touristes</i>	44
iii)	<i>Des fêtes à tous les échelles</i>	45
iv)	<i>Exemple 1 : Les marchés de Noël</i>	45
(1)	Une promotion exigeante et originale pour une visée internationale	45
(a)	Mise en place de l'opération « Noël en Alsace » par la CRT	45
(b)	Internet, un moyen de promotion incontournable.....	46
(c)	Exemple d'une campagne de promotion, celle de 2007	47
(2)	Une manifestation encore peu fréquentée par les étrangers	48
(a)	Des touristes en majorité journaliers et français	48
(b)	Le marché de Noël, une raison en soi insuffisante pour se rendre en alsace	49
(3)	Une menace pour les années à venir.....	49
v)	<i>Exemple 2 : La Foire Régionale des Vins d'Alsace</i>	50
(1)	Des outils de promotion performants et créatifs.....	50
(a)	Le site Internet	50

(b)	Une affiche créée par un artiste	50
(c)	Le festival de musique, un excellent moyen de promotion.....	50
(2)	Une participation essentiellement alsacienne.....	51
(3)	Une vitrine exceptionnelle pour les vins d'Alsace	51
vi)	<i>Exemple 3 : La fête des ménétriers</i>	52
(1)	Une manifestation portée par la population	52
(2)	Des visiteurs provenant surtout de la vallée rhénane	53
vii)	<i>Exemple 4 : La Kilbe</i>	53
(1)	Une promotion réduite au minimum.....	53
(2)	Une participation locale	53
viii)	<i>Commentaire du tableau</i>	55
(1)	Des promotions ayant des ambitions très différentes	55
(2)	La fréquentation en fonction de la qualité de la promotion.....	55
COMMENTAIRE FINAL		56
i)	<i>La fête au service de l'identité</i>	56
(1)	Une identité impulsée et moins spontanée	56
(2)	Le temps et la périodicité toujours au service de l'identité.....	56
(3)	Des mises en scène pour une image modelée/des mises en scène pour une identité fabriquée..	57
ii)	<i>La fête répond à une recherche d'authenticité</i>	57
(1)	Des savoir-faire et des traditions mises en scène pour une authenticité retrouvée	57
(2)	Des nouveaux savoir-faire propres à chaque fête	58
(3)	Une authenticité à promouvoir	58
CONCLUSION		59
BIBLIOGRAPHIE		61
OUVRAGES		61
REVUES/PÉRIODIQUES/COLLOQUES.....		61
ARTICLES DE JOURNAUX		62
DOCUMENTS INTERNET.....		62
SITES.....		62
DICTIONNAIRES/ENCYCLOPÉDIE		63

Annexe 1 : Carte de l'Alsace



Annexe 2 : Photos de Kilbe



Photo de la Messti de Sessenheim en 1899.

Source : www.sessenheim.net/histvil.html



Photo du cortège de Wintzenheim en 1954.

Source : www.calixo.net/~knarf/conscriit/kilbe/kilbe.htm

WINTZENHEIM
Fête populaire (Kilbe)
les 27, 28 août 1966 — Hall des Fêtes
Dimanche à 15 heures : « BIBALATANZ »
Formidable ambiance assurée par
l'orchestre **CLAUDY-MOUTCHTCHOS**
Grande piste de danse — Parquet ciré — Jeux de quilles
Vins fins du pays — Buffet garni — Bière Ancre-Pils
Bar de dégustation des vins du pays
Vous invite cordialement : **L'ACCORDEON-CLUB**

Affiche de la Kilbe de Wintzenheim en 1966.

Source : www.calixo.net/~knarf/conscriit/kilbe/kilbe.htm



Kilbe en 2008 à Saint-Bernard

Source : Dernières Nouvelles d'Alsace 16 avril 2008