

« Destination Patrimoine :

Le tourisme culturel en Rhône-Alpes »

L'association Patrimoine Rhônalpin organisait à Lyon, au siège de la Région, sa journée annuelle d'étude le 25 mars 2015. Cette fédération d'associations du patrimoine est soutenue par la Région Rhône-Alpes.

www.patrimoine-rhonalpin.org 04 72 41 94 47

Isabelle Lefort, professeur à l'Université Lyon 2, responsable du Master 2 Tourisme,-loisirs-patrimoine- parcours patrimoine, a introduit la journée et conduit les interventions.

(<http://ghhat.univ-lyon2.fr/lefort-isabelle-517521.kjsp>)

Dans la 2^e moitié du 19^e siècle, des liens se créent entre tourisme et patrimoine. Un **tourisme de découverte** crée le lien entre tourisme, patrimoine et loisirs. Il est aussi destiné aux populations résidentes de proximité. Le **patrimoine s'élargit** dans une gamme ouverte et variée : les savoir-faire, la gastronomie deviennent matériel culturel.

Ce patrimoine diversifié **s'inscrit dans un territoire** : il peut animer le territoire, lui donner une vie, une représentation, le valoriser. **Les médiations**, par un partage de connaissances, vont le faire connaître et vivre .

Le tourisme patrimonial en Rhône-Alpes

Hugues Beesau *de Rhône-Alpes Tourisme*

Le tourisme culturel représente 50% du tourisme sur le plan international et 60% en Europe.

Il va représenter la plus grande marge de progression possible en France dans les trente prochaines années. Mais il y a une très grande concurrence : l'offre est supérieure à la demande. Il faut faire émerger de vraies destinations touristiques, chercher des patrimoines qui font sens avec de vraies pratiques et usages contemporains. Il faut consolider les destinations qui existent, **valoriser le patrimoine** pour faire vivre le tourisme. Le touriste cherche une immersion dans un territoire et souhaite **le partager avec ses habitants**. Patrimoines naturels et culturels, matériels et immatériels confortent l'image d'un territoire. La **médiation doit sensibiliser, apprendre**, monter en compétence, imaginer de nouvelles offres, ré-enchanter le patrimoine.

Formations : Trajectoires **Tourisme** veut faire monter en compétence les animateurs.

S'appuyer sur **des labels permet de crédibiliser les offres**.

Rhône-Alpes est avant tout une destination « nature » (en particulier les sports d'hiver). La culture ne représente que 10 à 15% des activités. 80% sont des touristes français et 20% étrangers. Il faut progresser.

5 axes de développement sont proposés par Rhône-Alpes-Tourisme :

- Oenotourisme et gastronomie
- Itinérances et mobilité douce
- La montagne l'été et les parcs
- Le tourisme culturel et les grands projets
- Le tourisme pour tous

La mise en valeur des festivals peut attirer plus d'étrangers. Les sites majeurs comme le Musée des Confluences et la grotte Chauvet augmenteront la fréquentation des sites qui sont autour.

Villes et Pays d'art et d'histoire, des démarches de territoire.

Béatrice Grandchamp, conseillère pour l'action culturelle patrimoniale, DRAC Rhône-Alpes

Au départ, ce sont des démarches culturelles, mais elles serviront naturellement les acteurs touristiques.

Patrimoine mondial de l'Unesco.

Les sites labellisés connaissent un flux important de touristes : il faut prévoir dès le départ la gestion de ces flux. L'Etat est responsable vis-à-vis de l'Unesco. Il faut une démarche de qualité du territoire, portée par les habitants, les associations, le jeune public. Lyon a son label depuis deux ans. La grotte Chauvet l'a aussi.

Villes et Pays d'art et d'histoire

Les collectivités ont compris la nécessité d'effectuer un travail de fond avec les acteurs. En France au total 181 sites labellisés, chaque année une dizaine s'y ajoutent.

En Rhône-Alpes, 13 sites sont reconnus dont certains s'étendent (ex : Valence). Environ 300 000 personnes par an utilisent des services de VPAH (visites guidées ou ateliers).

Les critères :

Une exigence de **qualité des patrimoines** et **de la démarche**

Les guides-conférenciers doivent avoir un haut niveau de formation dans des domaines diversifiés. Ils s'adressent à des publics curieux et divers.

Ils se nourrissent du territoire, travaillent avec leur équipe, sont impliqués dans des actions de protection, de valorisation, de restauration pour tous types de bâtiments. Porter auprès du public ces choix, répondre à la curiosité.

En quoi le territoire est spécifique, en quoi peut-il vous parler ? Que veut-il dire ? En quoi cela vous concerne ? Qu'est-ce que vous voulez en faire ? Quel urbanisme ? Transmettre aux habitants, aux jeunes. Il y a **un récit à transmettre**, donner conscience que **l'on est dans un territoire spécifique**.

Comment présenter au visiteur tout un territoire ? Le récit (ou les récits) à transmettre est non seulement celui de l'érudit, mais aussi de **tout un patrimoine vivant**. Une convention sera nécessaire avec l'Office de Tourisme.

Témoignage de Vienne, ville d'art et d'histoire, et de l'Office de Tourisme

(voir texte distribué) Chrystèle Orcel, animatrice, Olivier Sanejouand, OT

3 publics :

Les jeunes publics, enjeu crucial, mais chronophage= 18 000 en 2013 visites et ateliers

Les habitants= il faut renouveler leur intérêt, les fidéliser. Ils sont les prescripteurs, les organisateurs de visites pour leur famille ou amis qu'ils hébergent

Les touristes= 12 000 visiteurs au CIP, dont 10% de proximité. L'exposition est permanente, mais l'intérêt peut se renouveler par la médiation ;

L'environnement culturel de chacun doit être pris en compte.

Tout peut s'harmoniser pour une meilleure efficacité : CDDRA Vienne, Vignobles et découvertes...
Complices dans la mise en scène du territoire.

Comment créer de la richesse sur un territoire ? L'enjeu financier est important : garantir les ressources, c'est garantir la qualité et augmenter l'efficacité.

Combien cela coûte et combien cela rapporte ?

Les scolaires : 1€ investi rapporte 1,40€ mais coûte 2,50€ au PAH. Très varié : de la maternelle au lycée. Ils sont relais auprès des familles et des habitants.

Les touristes : ils coûtent plus cher à la structure : 3,50€, mais ils apportent 7 € au territoire (hébergement, achats, impôts...)

De nouvelles recettes sont possibles en **diversifiant les offres et en s'adaptant aux nouveaux publics** :

- Visites expresses de 1 heure, entre 12h et 14h, ou le soir, pour des publics pressés
- Sur le thème de la gastronomie avec le restaurateur Fernand Point
- Visites scénarisées ...

Optimiser les outils de communication par des cofinancements (ex : impression et gestion des plaquettes, gestion et partage des guides-conférenciers), capitaliser et partager son savoir-faire, son savoir-être.

Route historique des Châteaux d'Auvergne

Emmanuel Pénicaud, président de l'association.

Association regroupant les propriétaires des châteaux. Droit d'entrée : 1000 euros. Cotisation proportionnelle au nombre de visiteurs, de 385 € à 1000 €.

Pour favoriser une image positive, il faut des visites de qualité et former les médiateurs. Accueillir des événements culturels. Le public est large avec des enfants. Il vient à 40% d'Auvergne, à 50% d'autres régions de France, 10 à 20% d'étrangers. Thèmes autour de la vie au Moyen-âge, visites animées, costumées, aux lumières... Il faut s'adapter aux scolaires qui sont réceptifs.

Outils de communication

Click'n visit avec smartphone. *Nadine Halitim-Dubois ; service de l'inventaire général du patrimoine culturel région Rhône-Alpes*

A partir des données de l'Inventaire de la ville de Lyon qui sont en ligne. Patrimoine industriel- Balades urbaines- audio-guides- 3 vidéos et 2 jeux de piste. Parcours virtuel.

Monastère royal de Brou(Bourg-en-Bresse) :

Médiatisation d'un site patrimonial : appui au développement touristique ? par Nicolas Bouilleux.

Emission de France 2 : Monument préféré des Français en 2014. Flux de visiteurs= amélioration du parking, accueil des cars, signalétique jusqu'au monument...

Echanges autour des thèmes abordés :

Comment restaurer les sites et monuments ? Le Mécénat n'est pas dans la culture française : il faudra des dizaines d'années.

Utiliser les services de la DRAC pour des conseils, ou de la Fondation du Patrimoine, qui permet aux particuliers de défiscaliser en lien avec les architectes de France. Dans les VPAH, la mise en place d'une **AVAP** (Aire de valorisation de l'architecture et du Patrimoine) est exigée. Le contrôle doit se faire pour les nouvelles constructions. Il y a une responsabilité majeure **à sensibiliser et éduquer** les habitants pour éviter les démarches individualistes qui massacrent tout un site.

« Destination Patrimoine : le tourisme culturel en Rhône-Alpes » Journée d'étude Patrimoine Rhônalpin- 25 mars 2015- Résumé des notes prises- Marie-France Rochard

Utiliser les PLU avec une concertation avant, pour lister et repérer les éléments bâtis à protéger.

Mme Grandchamp : Il y a une relation entre un projet porté par une collectivité et **les associations** qui travaillent sur un territoire. Un travail de fond est nécessaire pour que le projet soit porté **collectivement**. Ex : Les amis du vieux Conflans d' Albertville ? Pour **améliorer la connaissance** du patrimoine, de nombreux acteurs peuvent proposer des activités (ex : accompagnateurs de montagne, associations de cyclistes...). L'offre doit être lisible, pensée ensemble, s'adapter aux centres d'intérêt.

Les conventions VPAH sont renouvelées tous les dix ans environ, après un contrôle de l'évolution.

Formation des acteurs avec Rhône-Alpes tourisme

Un catalogue des formations est mis en ligne sur www.trajectoires-tourisme.com

Elles s'adressent aux organisateurs d'activité, festivals ou manifestations, aux acteurs des offices de tourisme... renouveler leur offre, créativité, communiquer, susciter le désir du public, mener ses relations avec la presse... Cette formation est très importante pour développer l'attractivité de la Région.

Parc Naturel régional du Pilat

Sandrine Gardet, directrice du PNR du Pilat

Compétence régionale. Géré par un Syndicat Mixte regroupant la Région, le département, l'ensemble des communes. C'est un ECPI. Il a quarante ans. Il protège les patrimoines dans un PNR riche, mais fragile.. Il y a 10 PNR en Rhône-Alpes Auvergne. Quelles retombées ? ex : le chiffre d'affaires des viticulteurs du PNR est de 53 millions d'euros (Condrieux, Saint-Joseph...). Il a mis en place tout un **programme d'éducation au territoire** sur le temps scolaire pour toutes les classes.

Ugines : une ville à la montagne

Martine Buissart, dir Fondation FACIM, Sophie Bibal adjointe culture, urbanisme d'Ugines

Circuit patrimoine du XXe siècle et la fondation Facim qui gère Pays d'art et d'histoire des Vallées de Savoie. Pays qui existe depuis 1991 et a été renouvelé en 2006 avec quatre collectivités signataires et 4 vallées concernées. Développer le tourisme d'été en montagne. On développe des **itinéraires culturels** ex : pastoralisme, terre des Alpes, hydroélectricité (15 sites de barrages) Il faut retenir les touristes de passage, développer les offres culturelles de visites. Travail des érudits et des scientifiques. Importance de l'Office de tourisme : organisation de cafés-débats, de rencontres, d'expositions itinérantes.

Importance de la qualité de l'architecture. Le rôle des architectes est aussi une approche artistique. Le patrimoine est la création d'hier. Il faut porter un regard d'aujourd'hui sur le patrimoine.

A noter : Un cahier de prescriptions architecturales élaboré par le CAUE a été intégré dans le PLU d'Ugines. Le programme Leader du Parc Naturel des Bauges a financé des réalisations.

« Destination Patrimoine : le tourisme culturel en Rhône-Alpes » Journée d'étude Patrimoine Rhônalpin- 25 mars 2015- Résumé des notes prises- Marie-France Rochard

Le Tourisme industriel

Agnès Chappelet, dir de la communication EDF

Les Français ont bouleversé leurs modes de loisirs. Ils veulent sortir des sentiers battus et consacrer une partie de leur temps libre à **approfondir leurs connaissances** du monde qui les environne.

12 millions de visiteurs en 2014, dont 50% sur les activités alimentaires (ex : vins et spiritueux). Encourager les usines et entreprises à conserver leurs archives dans tous les domaines : films, documentaires...

Caverne du Pont d'Arc (grotte Chauvet)

Richard Buffat, directeur du Syndicat Mixte

La grotte a été occupée alternativement par des hommes et des animaux pendant des milliers d'années. Les hommes du Paléolithique ont dessiné des motifs datant de plus de 35 000 ans. Cette grotte à concrétions occupe 8500 m² au sol. En juin 2014, elle a été inscrite au Patrimoine mondial de l'Unesco.

Il a été décidé de doubler la grotte en construisant sur un terrain de 20 hectares, un fac-similé de 3 500 m². Il servira aussi d'équipement culturel et scientifique et comprendra une salle d'expositions temporaires de 500 m². L'exploitation a été confiée à SODEXO, par une délégation de service public pour 20 ans. Un projet pédagogique et culturel a été défini ; l'ouverture, à l'année, couvrira 365 jours. 300 000 visiteurs sont attendus et on cherche une fréquentation en toutes saisons, alors que l'Ardèche est surtout visitée l'été. Il ouvre dès le mois prochain.

Région Rhône-Alpes

Le contrat de plan Etat-Région lance une stratégie territoriale autour de la thématique du numérique et du patrimoine.

Avec la connaissance et la visibilité des labels, on modifie le regard et on construit une **reconnaissance du patrimoine**. Il faut fonctionner en **réseau, scénariser des expositions** qui vont circuler dans le territoire.

Il faut sortir des villes-centre, **aller dans les villages, les zones rurales et périphériques**.

La Région Rhône-Alpes a une ligne culturelle de 50 millions d'euros. Les CDDRA (Contrat de développement durable de la Région Rhône-Alpes) gèrent ces crédits avec les élus des territoires.

NB : Le Syndicat Mixte du Beaujolais gère l'ensemble des crédits du CDDRA pour tout le Beaujolais.

Extraits des notes prises- Marie-France Rochard 28 mars 2015