



FICHE ACTION 14

Collecter et valoriser les thématiques du patrimoine culturel immatériel

➤ Références à la CETD

Principes n° :

- **3** : Protéger et mettre en valeur l'héritage naturel et culturel de l'espace protégé, pour et par le tourisme, et le protéger d'un développement touristique abusif
- **4** : Proposer aux visiteurs une expérience de grande qualité pour tous les aspects de leur visite
- **5** : Communiquer de manière effective auprès des visiteurs, des entreprises touristiques et des résidents, au sujet des qualités particulières de la zone
- **6** : Promouvoir les produits spécifiques permettant la découverte et la compréhension de ce paysage
- **8** : Veiller à ce que le tourisme soutienne, au lieu de diminuer, la qualité de vie des habitants locaux.

➤ Références à la charte

Axe 2 : Un développement économique respectueux des équilibres écologiques et humains

----- Objectif stratégique : Soutenir les activités économiques et sociales liées aux patrimoines du territoire

----- Objectif opérationnel : Identifier les savoir-faire porteurs de développement

----- Article 55 : Recenser, sauvegarder et transmettre les savoir-faire patrimoniaux

----- Objectif stratégique : Développer un tourisme et des loisirs de nature et de découverte des patrimoines

----- Objectif opérationnel : S'appuyer sur les patrimoines et les savoir-faire pour créer de la valeur ajoutée

----- Article 64 : Faire découvrir les richesses patrimoniales du territoire

Axe 3 : Un territoire responsable et dynamique, ouvert à la coopération

----- Objectif stratégique : Conduire une politique culturelle concertée et créative valorisant les patrimoines et

-----le paysage

----- Objectif opérationnel : Favoriser l'appropriation des patrimoines et du territoire par les habitants

----- Article 74 : Proposer une offre culturelle de valorisation des patrimoines

➤ Référence à l'axe stratégique

→ **Axe 4 : Innovation et mise en tourisme des patrimoines**

➤ CONTEXTE

L'inscription de la Vallée de la Loire au Patrimoine Mondial de l'UNESCO est au titre des « paysages culturels vivants ». Le caractère exceptionnel du patrimoine architectural historique dans ses diverses composantes (châteaux, villes, villages le long du fleuve) n'en est pas le seul critère. La reconnaissance de l'UNESCO porte tout autant sur les paysages, manifestes bien matériels des

rapports des hommes avec leur environnement. Or, **les traits de ces paysages résultent pour une grande partie de pratiques, de savoir-faire, de connaissances transmises de génération en génération.**

Ces pratiques et savoir-faire constituent un patrimoine vivant, reconnu en tant que tel. Comparativement au patrimoine architectural, le concept de patrimoine culturel immatériel est très récent (formalisé par l'UNESCO seulement au début du XXI^e siècle avec l'adoption en 2003 de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel). Les fêtes et rituels, pratiques sociales (telle la « boule de fort » en Anjou), traditions culinaires locales (la « fouée »), les techniques artisanales et les métiers, les expressions orales (contes et légendes) expriment l'identité culturelle d'une population ou d'un groupe et sa vitalité. **Elles témoignent de la diversité culturelle humaine, de la capacité d'une société à transmettre une identité culturelle quitte à la réinterpréter et la recréer selon l'évolution du contexte social.**

Dans le domaine du tourisme également, la notion de « patrimoine » s'élargit et se modifie en fonction des sensibilités et préoccupations des générations successives. La perception d'un patrimoine varie aussi selon les références culturelles propres aux clientèles touristiques, selon la culture d'origine, la nationalité... **Cela étant, des dénominateurs communs sont relevés** dans les enquêtes clientèles : l'attrait de « l'art de vivre » d'une région, le désir exprimé de vivre des expériences uniques incluent des rencontres avec les habitants, la découverte de leurs savoir-faire particuliers, leurs traditions auxquels ils souhaitent assister ou participer. Dans l'enquête clientèles de 2010, réalisée par le CRT Centre, les CDT et OET, « l'art de vivre » exprimé par la diversité des vins, les produits de terroir régionaux et le patrimoine gastronomique arrive en 3^{ème} position des éléments les plus appréciés de la région et du panel d'activités pratiquées par les touristes (dégustation et achat pratiqués dans 39% des séjours, plus encore par les clientèles étrangères que par les Français). **La mise en tourisme du patrimoine culturel immatériel engendre par nature un tourisme participatif qui relie les touristes aux habitants d'un territoire.**

Les « touristes » aiment aussi qu'on leur raconte des histoires... au sens où les récits, les témoignages directs, les anecdotes portant sur des faits réels ou imaginaires les émeuvent, impressionnent, favorisent leur compréhension et enrichissent leur expérience (« *quelqu'un qui vous raconte les yeux dans les yeux ce qu'il a vécu* » exprimait récemment sur les médias une jeune étudiante interrogée lors d'une commémoration). **Le patrimoine culturel immatériel est source de développement de produits touristiques.** Il est d'abord un travail de mémoire qui interroge le vécu et les savoir-faire d'individus ou de groupes. C'est le sens des opérations « Mémoires en chantier » menées par des collectivités en lien avec des associations culturelles, à l'exemple de la Ville d'Art et d'Histoire de Concarneau (29). Le travail de collectage oral auprès de ceux qui le vivent et l'ont vécu accroît les connaissances sur le patrimoine maritime de Concarneau, favorise les regards croisés et fédère dans un même élan collaboratif des détenteurs qui ont un héritage culturel à transmettre, les acteurs mobilisés pour le recueillir (dont des bénévoles associatifs encadrés par le service culturel de la Ville), les publics enfin, habitants et touristes, à qui est destinée la transmission de ces récits : des vidéos, interviews audios... disponibles par QR codes au long d'un parcours dans la ville.

Le PNRLAT a été précurseur en matière de collectage oral. En 2004-2005 avec l'association « Les Deux Mémoires », il a conduit :

- le recueil de 73 portraits d'hommes et de femmes, récits de témoins de différentes générations liés à la viticulture ;
- la réalisation de « Lignes de vigne » : un documentaire rassemblant de nombreux témoignages sur la viticulture en Saumurois.

L'ensemble a été réuni dans un DVD vidéo de 140 mn (Les Portraits) + 52 mn (Lignes de vigne).

En 2007 avec la Communauté de communes du Pays d'Azay-le-Rideau, un travail de collectage mené sur cinq savoir-faire thématiques (osier, chanvre, pommes et poires tapées, culture de la vigne, batellerie et pêche) a été transcrit en un film documentaire DVD vidéo de 52 mn, distribué gratuitement à qui en a fait la demande.

La matière de ces collectages représente toujours aujourd'hui un bien précieux ; par contre, leur valorisation par des films vidéo de longue durée paraît aujourd'hui inadaptée pour prétendre retenir l'attention des publics et notamment des publics touristiques (évolutions des pratiques sur des formats courts, vers une accessibilité directe multicanaux, des outils numériques mobiles...).

L'attention croissante des publics, notamment des clientèles touristiques vis-à-vis du patrimoine culturel immatériel, ainsi que l'ambition de construire une offre différenciée « Parc » incite à renouveler l'expérience. **L'objectif est double : entreprendre une nouvelle campagne de collectage sur un thème emblématique du patrimoine culturel sur le territoire ; valoriser sous des formes plus actuelles les collectages réalisés sur les thèmes porteurs (la vigne, le vin...).** Il y aura lieu de choisir pour un nouveau collectage un thème identitaire original et attractif sur le plan touristique, encore trop peu mis en produits de qualité pour accroître sa visibilité et l'activité générée.

Un thème prenant appui sur le caractère insolite des troglodytes apparaît a priori fédérateur : la pierre, le tuffeau, et ses diverses facettes ; le savoir-faire et le travail de l'extraction de la pierre ; l'habitat et la vie dans les troglodytes ; de la pierre au château ; le vécu et tous les savoir-faire liés à cette pierre, le tuffeau, qui a façonné les paysages et les constructions tant renommées du Val de Loire.

➔ OBJECTIFS

- **Mettre en avant le patrimoine culturel immatériel en réponse aux attentes des touristes.**
- **Proposer une offre touristique différenciée dans le PNRLAT.**
- **Associer les habitants dans la reconnaissance et la transmission de leur identité culturelle. Mobiliser des habitants et acteurs locaux autour d'un projet patrimonial.**
- **Activer et recueillir la mémoire des témoins d'un patrimoine en voie de disparaître.**
- **Fédérer les acteurs culturels du territoire, des bénévoles associatifs, de nouveaux Ambassadeurs du Parc sur un projet commun.**
- **Choisir un thème d'expérimentation légitime au plan culturel, attractif sur le plan touristique et sujet d'exemplarité.**
- **Former les bénévoles associatifs et les Ambassadeurs sur les méthodes de collectage.**
- **Expérimenter de nouvelles formes de valorisation des récits et témoignages : TIC...**

DESCRIPTIF

Sans préjuger de l'envergure de l'action ni du choix des thèmes qui seront retenus pour les opérations (nouveau collectage et mises en forme), le contenu et la méthode incluent les étapes suivantes :

1. **Mise en place d'un groupe projet**

Constitution d'un groupe associant acteurs culturels compétents dans le domaine, animateurs du patrimoine, acteurs tourisme, personnes ressources (associations, Ambassadeurs référents...).

Construction de l'action par le groupe projet :

- retours d'expérience d'opérations (Mémoires en chantiers, autres...) ;
- mise en place de la méthodologie, du collectage à la valorisation ;
- choix du thème de collectage ;
- analyse des documents déjà collectés sur d'autres thèmes et perspectives de réexploitation (collectage actualisé pour les plus jeunes : « que sont-ils devenus ? »).

Nouvelles mises en formes des témoignages : formats courts téléchargeables sur le site Internet du PNRLAT, outils numériques... ;

- définition de la méthode de collectage : implication de professionnels, contributions de bénévoles, formations appropriées des collecteurs (y compris des acteurs professionnels du patrimoine) ;
- étude des modalités de valorisation (en lien avec l'action n°12) ;
- recherche et montage de partenariats : acteurs de la filière économique, prestataires touristiques « troglo », Offices de Tourisme...

2. Organisation et réalisation du collectage

Délimitation du territoire concerné.

Identification et recensement des témoins.

Réalisation du guide d'entretien.

Organisation du suivi et du calendrier.

Formation des collecteurs. Mise en place d'une assistance technique.

Tests, adaptations et mise en œuvre.

Programmation du collectage sur deux ans.

Réunions d'information et animation du groupe de collecteurs.

3. Mises en forme de la valorisation et produits touristiques

Adaptations du (des) projet(s) à partir des résultats du collectage et de l'expérience.

Articulation et coordination des actions de l'Axe 4.

Déclinaison multiformes de la valorisation en fonction de plusieurs critères :

- pratiques et attentes des utilisateurs potentiels ;
- résultats obtenus d'opérations réalisées (benchmarking) ;
- modèles économiques des différents modes de valorisation ;
- partenariats financiers contractualisés pour la réalisation et la diffusion ;
- partenariats avec des prestataires touristiques qualitatifs du territoire.

COMMUNICATION DE L'ACTION

Dans les différentes étapes de la conception à la mise en œuvre des opérations, seront prévus :

- L'annonce préparatoire dans L'Écho du Parc, sur le site Internet, la presse locale, les publications et sites Web des Offices de Tourisme. Appel à témoins éventuel.
- La communication à mi course de l'opération de collectage dans L'Écho du Parc, sur le site Internet, la presse locale. Témoignages de témoins et de collecteurs. Relance si besoin.
- L'information au lancement des produits touristiques dans les outils de communication (sites Web, brochures) des Offices de Tourisme de Pôle, ADT Touraine, Anjou-Tourisme, et ceux des prestataires touristiques concernés par le(s) thème(s).
- La création de liens à partir du site Internet du PNRLAT (extraits de vidéos téléchargeables...) avec les sites Web des partenaires financiers.

- Une rencontre finale conviviale réunissant témoins et collecteurs : présentation des résultats et des produits créés. Remerciements.

➤ RÉSULTAT(S) ATTENDUS

- Une reconnaissance accrue de la valeur du patrimoine culturel immatériel au bénéfice des habitants et des touristes.
- Un nouveau support de valorisation et de découverte de « l'art de vivre ».
- Une valeur ajoutée pour l'animation de critères du label UNESCO.
- Un retour d'image positif auprès des habitants de l'action patrimoniale du PNRLAT.
- Une contribution à l'identité du territoire PNRLAT dans son ensemble.
- Une relation nouvelle du PNRLAT avec les prestataires touristiques, « troglo » notamment.
- Une offre de médiation et de services touristiques ancrée dans les pratiques actuelles.

➤ MODALITES D'ÉVALUATION

- Mobilisation des acteurs culturels du patrimoine sur l'action.
- Niveau et nombre de partenariats avec des co-financeurs professionnels.
- Nombre de témoins recensés et participant au collectage.
- Nombre de collecteurs bénévoles volontaires.
- Nombre de documents collectés exploitables.
- Nombre de produits et services touristiques créés.
- Audience (en fonction des formes et outils) et évaluation de la diffusion.
- Nombre et types de partenariats avec les prestataires touristiques.

➤ MAITRISE D'OUVRAGE

Syndicat mixte de gestion du Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine

➤ MAITRISE D'OEUVRE

Groupe projet : PNRLAT, Services patrimoine des Conseils généraux, Pays/Communautés de communes, Villes d'Art et d'Histoire, Chambres de Métiers et de l'Artisanat, syndicats professionnels, ADT Touraine et Anjou Tourisme, Ambassadeurs.

➤ PARTENAIRES TECHNIQUES

Carrefour Anjou Touraine Poitou

I-réalité (Capacités SAS.LINA. Informatique. U Nantes)

Mission Val de Loire UNESCO

OPCI (Office du patrimoine culturel immatériel) : formation, organisation de projet

Offices de Tourisme de Pôle

Réseaux de prestataires (labellisés Vignobles et découvertes...)

➤ ÉCHEANCIER DE REALISATION

2014-2015 : montage du (des) groupe(s) projet. Définition des opérations et méthodologie.
Préparation du collectage : témoins et collecteurs.

2015-2016 : opération(s) de collectage. Animation du projet.

2016-2018 : mise en œuvre des produits de valorisation touristique.

➤ DÉPENSES

À définir d'après orientations du groupe projet.

Collectage

Formation	4 000 €	Fonctionnement
Constitution et animation du groupe	3 000 €	Fonctionnement
Acquisition de matériel audio-vidéo	7 000 €	Investissement
Communication	3 000 €	Fonctionnement

Analyse des matériaux collectés

Prestation d'accompagnement	5 000 €	Investissement
-----------------------------	---------	----------------

Valorisation

Production	??	Investissement
------------	----	----------------

➤ RÉFÉRENTS PNR

Élu : Philippe BEAUVILLAIN

Chargées de mission : Christèle BULOT et Virginie BELHANAFI