

Culture et développement territorial: un enjeu pour l'avenir

La culture a toujours tenu une grande importance dans la mise en œuvre des politiques régionales de l'Union européenne. Ainsi le règlement FEDER offre de nombreuses possibilités d'aides à des actions culturelles dans le cadre d'investissements productifs permettant la création ou le maintien d'emplois durables, d'investissements en infrastructures, de développement du potentiel endogène des régions par des mesures d'animation et de soutien aux initiatives de développement local.

En effet, la Commission européenne considère que "la culture n'est pas seulement une occupation publique génératrice de dépenses supplémentaires; elle prend aussi une part croissante dans l'économie privée, où elle dispose d'un fort potentiel de croissance porteur d'éléments de créativité, d'innovation et de production bénéfiques pour les économies régionales et locales."¹.

Ainsi, au fil des ans, la Direction Générale XVI, en charge des politiques régionales et de la cohésion, a développé une conception élargie de la culture, qui recouvre non seulement la mise en valeur du patrimoine bâti, mais également le maintien et la promotion des traditions, des savoir-faire particuliers et de tous les facteurs d'identité locale susceptibles d'initier un développement économique durable.

A cet égard, les projets pilotes lancés en 1995 visent à affiner l'analyse de l'impact économique des actions culturelles et à mieux faire émerger les conditions du succès d'un développement territorial intégré fondé sur la culture. Le succès remporté par l'appel à propositions de 1995 démontre combien cette action correspondait à une forte attente des divers acteurs locaux, confirmée depuis lors par le nombre croissant de candidatures du même type dans le cadre des programmes de coopération interrégionale.

Au vu des premiers résultats, il est déjà possible de déterminer la valeur ajoutée communautaire d'une telle action qui, à mes yeux, se situe à trois niveaux différents:

1 au niveau du produit d'abord. Les projets développent différents produits (stratégies touristiques, produits d'appel et d'échanges (sites Internet, CD-ROM), application de nouvelles technologies...) qui se déclinent différemment selon les collectivités concernées mais font appel aux mêmes méthodes et visent à des objectifs partagés: définition de dynamiques de développement, expériences de nouveaux modes travail plus

flexibles, mise en place de partenariats locaux public/privé, contribution au développement économique, amélioration de l'attractivité auprès des investisseurs, équilibrage entre les stratégies de création d'emplois et de cohésion sociale;

- 2 au niveau des partenariats ensuite. Le caractère transnational des réseaux favorise les transferts de connaissance et de savoir-faire, ainsi que l'apprentissage collectif des processus conduisant au développement économique. Ces résultats s'avèrent particulièrement importants pour fonder la cohésion non pas seulement sur la redistribution mais également sur le partage d'expériences;
- 3 au niveau des représentations enfin. Progressivement apparaissent de nouvelles logiques symboliques portant sur les concepts de culture, d'Europe et de développement local. Ces représentations communes contribuent d'une part à la réappropriation par les populations locales de leur identité – et partant d'en faire le levier pour la définition des stratégies de développement originales et adaptées –, et d'autre part à l'instauration de réseaux européens qui intègrent davantage la dimension de la coopération.

En démontrant la transférabilité de ces trois dimensions aux différentes modalités d'intervention de la politique régionale de la Commission européenne, les actions innovantes dans le domaine de la culture auront rempli leur mission.



Eneko LANDABURU
Directeur Général DG XVI
Politique régionale et Cohésion

¹ Communication de la Commission européenne : "Politique de Cohésion et Culture : une contribution à l'emploi", COM (96)/512, 20 novembre 1996.

Sommaire

Culture et développement territorial: un enjeu pour l'avenir	1
La culture: un facteur de développement économique et de cohésion	3
AMPHORA – un réseau pour la sauvegarde du patrimoine culturel des métiers de la céramique, de la porcelaine et du verre (Bavière, Languedoc et Valence)	6
ARQUEOTEX: Réseau Européen du Patrimoine Industriel Textile	8
ATTAS: Réseau de villes européennes pour le développement de l'artisanat traditionnel	10
BRADAN: Le patrimoine culturel au service du tourisme local et national	12
CASA EUROPA: Promotion d'un tourisme de projet en faveur des jeunes.....	14
CEEACT – Centres Européens d'Echange Art Culture et Tradition	16
CIED: Innovation Culturelle et Développement Economique	18
CISTE – Itinéraires touristiques et culturels européens	20
COAST-HERITAGE: Le patrimoine architectural des Régions côtières	22
LA CULTURA DEL AGUA: Le développement intégré des villes d'eau	24
CULTURA MATERIALE: Garder la mémoire de la Résistance	26
ECHO: Promouvoir le patrimoine culturel au-delà de l'océan	28
ECONCRAFT: Développement économique intégré de l'artisanat ethnique local et régional	30
EMPORION: Observatoire européen de l'emploi dans le domaine du patrimoine culturel	32
ETN: Réseau European Tower Network	34
EUROTEX – Réseau européen artisanat textile et tourisme	36
IMKA – Mesures innovantes en faveur de l'emploi culturel	38
LUCANO: des villes culturelles face au problème du tourisme d'un seul jour	40
OUR CITY / Notre Ville: Le multimédia et le tourisme culturel	42
PLEIADES – Itinéraires culturels en territoire rural	44
PROGRESS: Excavation, Application de nouvelles technologies à l'archéologie	46
PROMISE: Promouvoir les musées par les nouvelles technologies de l'information	48
PRO VITA ALPINA: Vivre et survivre dans le territoire rural	50
REPPIS: Réseau des Pays de Pierre Sèche	52
REVA: Réseau Européen entre petites Villes Archéologiques	54
REVEIL: Réseau Européen de Valorisation Economique de l'Histoire Industrielle en Milieu Rural	56
SANVERAL NETWORK – Préserver le patrimoine architectural	58
STRATCULT: stratégies culturelles dans la ville	60
TOSCA: Réseau européen du patrimoine architectural des opéras	62
TRAPROWA: Adoption de méthodes de production traditionnelles dans l'artisanat local familial	64
WITRANET: Un Réseau pour la Préservation et le Patrimoine Culturel de la Production Traditionnelle des Vins européens	66

La culture: un facteur de développement économique et de cohésion

Le terme de “culture” semble aujourd’hui quelque peu galvaudé tant il y est souvent fait recours, comme si le simple fait de l’évoquer devait permettre de justifier toute action et d’en assurer nécessairement le succès. N’a-t-on pas créé de toutes pièces la fausse citation de Jean Monnet qui aurait exprimé ses regrets de ne pas avoir fondé la construction européenne sur la culture? Le Père de l’Europe n’aurait évidemment jamais pu faire une telle affirmation tant il était persuadé que l’entente entre les peuples se fondait avant tout sur la paix et la mise en place de solidarités de fait.

Est-ce à dire que la culture ne peut pas servir de ferment durable à la construction européenne? Bien au contraire, la culture, si elle ne saurait être une source unique, est un ciment essentiel des relations entre les peuples européens. Jean Monnet n’avait-il pas justement fondé son action sur l’idée maîtresse selon laquelle “Nous ne coalisons pas des Etats, nous unissons des hommes”?

La culture est-elle fondamentalement autre chose que ce lien patiemment tissé entre les hommes?

1. LA LENTE INTRODUCTION DE LA CULTURE DANS LES PRÉOCCUPATIONS DE L’UNION EUROPÉENNE

Bien qu’elle fût déjà présente dans les principales interventions communautaires depuis de nombreuses années, ce n’est qu’avec le traité de Maastricht que la culture est véritablement devenue un domaine d’action de l’Union. L’article 128 stipule que:

“1. L’action communautaire contribue à l’épanouissement des cultures des Etats membres dans le respect de leur diversité nationale et régionale tout en mettant en évidence l’héritage culturel commun.

2. L’action de la Communauté vise à encourager la coopération entre Etats membres et, si nécessaire, à appuyer et compléter leur action dans les domaines suivants:

- *l’amélioration de la connaissance et de la diffusion de la culture et de l’histoire des peuples européens,*
- *la conservation et la sauvegarde du patrimoine culturel d’importance européenne.*
- *les échanges culturels non commerciaux.*
- *la création artistique et littéraire, y compris dans le secteur de l’audiovisuel.*

(...)

4. La Communauté tient compte des aspects culturels dans son action au titre d’autres dispositions du traité.”

L’entrée en vigueur du traité a en fait constitué un véritable bouleversement de l’approche communautaire de la culture. En effet, d’une part, les domaines d’intervention culturelle visent, dans le respect de la diversité de l’Union, à mettre l’accent sur l’héritage culturel commun aux peuples européens, en favorisant la coopération et le partenariat entre les acteurs culturels et entre les acteurs socio-économiques publics et privés. D’autre part, grâce au nouvel article du traité, la culture doit désormais être prise en considération dans chaque politique de l’Union.

Le principal défi de son application réside dans la définition même de la culture européenne. La Communauté doit-elle s’engager uniquement dans la promotion et le développement de l’héritage commun ou au contraire s’appuyer également sur la diversité et contribuer à l’échange entre les différentes identités? A cet égard, la Commission européenne a considéré qu’il fallait articuler son action autour des principes suivants: effet d’entraînement, reconversion des sites, coopération accrue pour la valorisation des activités et du patrimoine, promotion d’une identification culturelle qui conjugue singularité et communauté de valeurs et d’intérêts.

Ainsi, la Commission, et plus spécialement la DG XVI (Politique Régionale et Cohésion), a défendu la conception selon laquelle la dimension culturelle peut certainement contribuer à la revitalisation de la politique de l’Union en faveur de la cohésion économique et sociale, dimension qui se trouve au cœur des politiques régionales de promotion et de développement économique.

2. LA CULTURE COMME FACTEUR DE DÉVELOPPEMENT LOCAL ET RÉGIONAL

Cette affirmation s’est avérée d’autant plus justifiée qu’au fil des ans, la culture prenait parallèlement une importance croissante dans le développement local, et pouvait même être créatrice d’emplois. Cette montée en puissance est notamment due à une demande accrue de la société civile. Elle est également liée à un engagement actif des autorités publiques, qui ont su prendre la mesure de cette demande, voire l’anticiper.

En outre, il est tout aussi important d'insister sur le rôle fondamental de la culture comme facteur de rééquilibrage du territoire communautaire, d'autant plus que de nombreuses régions périphériques disposent d'atouts culturels majeurs dans un environnement économique défavorisé ou en déclin. Cette mise en valeur culturelle peut ainsi favoriser l'instauration des conditions indispensables à ce rééquilibrage:

- en contribuant à stabiliser les populations actives, notamment les populations jeunes,
- en assurant un développement économique local et, partant, rééquilibrer le territoire,
- en favorisant l'ouverture du territoire grâce à une attraction accrue drainant des flux plus importants de visiteurs
- en développant la notion de qualité de l'accueil, qui sert souvent de point de départ du développement économique et des investissements.

Enfin, alors que le développement culturel est généralement lié à l'idée d'un territoire et d'une identité, ce cadre ne s'avère pas toujours suffisant: il ne peut pas prendre sa pleine dimension sans une véritable mise en réseau qui permette l'échange d'expériences, l'enrichissement mutuel, le transfert de savoir-faire ou le développement de projets collectifs, forcément porteurs d'identité européenne dès lors qu'ils se fondent sur la diversité des identités et des expériences en faveur d'un intérêt collectif.

3. LA MISE EN ŒUVRE DES PROJETS INNOVANTS DE L'ARTICLE 10 DU FEDER

C'est dans cet esprit que la DG XVI de la Commission européenne a décidé de mettre à profit l'article 10 du FEDER, qui permet aux collectivités régionales et locales de l'Union européenne de soumettre directement à la Commission européenne des projets de coopération et d'innovation sur des thèmes préétablis.

Pour ce faire, elle a décidé de lancer en 1995 un appel à propositions pour promouvoir des actions pilotes innovatrices à vocation culturelle se fondant sur le triptyque suivant:

- cohésion communautaire via le biais du développement économique.
- coopération interrégionale décentralisée entre autorités publiques et privées.
- implication sur place des acteurs régionaux et locaux, tant politiques qu'économiques.

Il s'agissait de répondre aux lignes directrices énoncées par l'article 128 du traité de Maastricht. Ainsi, l'appel à propositions déclarait-il explicitement que cette action visait à favoriser une approche de développement économique intégré, en mobilisant autour d'un projet de coopération interrégionale de développement économique à vocation culturelle tant les acteurs politiques et administratifs qu'éco-

nomiques régionaux et locaux du secteur public et/ou privé ou encore associatif, de promouvoir l'échange d'expériences et de savoir-faire sur le thème culturel entre autorités régionales et locales, dans un souci de cohésion communautaire; enfin de promouvoir l'utilisation de nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Dans le cadre du renforcement de la cohésion économique, ces projets pilotes s'adressent de façon privilégiée aux collectivités régionales et locales dépendant des objectifs des fonds structurels (objectifs 1, 2, 5b et 6), même si des collectivités non éligibles pouvaient participer dans la mesure où leur présence apportait une valeur ajoutée nécessaire à la réalisation des objectifs et où les régions des objectifs demeuraient majoritaires.

En outre, le secteur économique public et/ou privé ou le milieu associatif devait être partie prenante au réseau sous couvert des collectivités territoriales.

La Commission a reçu 265 candidatures, ce qui prouve sans conteste le grand intérêt des collectivités locales pour ce type d'expériences, qui leur permet de prendre en charge directe leur développement et d'agir avec davantage de flexibilité dans le cadre d'une approche de type "bottom-up" qui favorise l'originalité et l'innovation. Après une longue et difficile sélection, effectuée sous le contrôle d'un panel d'experts en la matière, une liste de 32 projets a été établie, qui permettait notamment de garantir la diversité géographique des porteurs de projets et la diversité des thèmes abordés.

On peut regrouper l'ensemble de ces projets dans les domaines suivants:

- a) la mise en valeur du patrimoine.
- b) le développement intégré des activités culturelles, notamment des activités traditionnelles.
- c) le développement culturel par le recours aux nouvelles technologies.
- d) l'innovation culturelle et le développement local par la mise en réseau autour d'objectifs économiques et sociaux.

Comme le montrent les présentations des différents projets qui figurent dans cette brochure, cette classification ne rend que très difficilement compte de l'extrême diversité et de la grande hétérogénéité des projets "Culture", qui recouvrent des territoires multiples et s'organisent autour de thèmes très variés.

4. UN PREMIER BILAN

Certains enseignements peuvent d'ores et déjà être tirés.

En premier lieu, il est clair que les projets "Culture" doivent pour l'essentiel être considérés comme un succès: non seulement en raison de l'intérêt manifeste suscité par l'appel à propositions, mais surtout en raison de la grande qualité de la plupart des projets retenus, qui devraient aboutir à des résultats encourageants.

En outre, l'objectif de mise en réseau est généralement atteint, dans des conditions plus ou moins idéales selon les circonstances, mais il est évident que les différents partenaires ont été confrontés aux difficultés et aux potentialités du partenariat et du travail interculturel. Ainsi, il semble que l'ensemble des projets se réjouisse, après quelques tâtonnements, de cet apprentissage collectif. Cet aspect doit être considéré non seulement comme un facteur de cohésion, mais également comme un facteur essentiel de la construction de l'Europe des Citoyens.

De plus, le caractère innovant de ces actions, toujours difficile à déceler, commence à apparaître progressivement:

- Caractère innovant du produit, en ouvrant aux collectivités l'opportunité d'expérimentations technologiques et d'accès à la société de l'information.
- Caractère innovant des objectifs, parce que peu d'actions communautaires tentent de créer cette communauté d'intérêts des collectivités locales, en la fondant notamment sur un développement économique partagé.
- Caractère innovant de la méthode en privilégiant systématiquement la coopération et l'approche "bottom-up" fondée sur un partenariat actif.

Les conditions de succès sont encore difficilement définissables et mériteront une évaluation approfondie et attentive. Néanmoins, sur base des témoignages des principaux acteurs, il s'avère qu'elles recouvrent un engagement actif du porteur de projet et des différents partenaires, de leur niveau de confiance dans les potentialités du résultat, l'appropriation du projet par l'ensemble des acteurs des territoires concernés, l'adéquation entre le projet et les possibilités du territoire, l'étude préalable de sa faisabilité et la volonté d'assurer sa pérennisation, seule démonstration possible de son caractère non circonstanciel.

Bien sûr, le temps qui reste pour mener à terme ces projets devra démontrer la validité de ces premiers enseignements et confirmer leur réussite. Simultanément il est certain que la période de lancement reste toujours la plus difficile car elle est le moment où chacun apprend à travailler ensemble et définit, parfois difficilement, la méthodologie de travail, la répartition des tâches et les répartitions budgétaires. La seconde période est celle de l'aboutissement et de la mise en évidence des résultats vraiment concrets. Au vu des premiers résultats constatés, on peut légitimement espérer que les objectifs affichés seront atteints pour l'essentiel, et que les projets article 10 auront démontré que la coopération interrégionale dans le domaine de la culture peut devenir un facteur essentiel de développement et de cohésion.

Gilles GANTELET
Rapporteur DG XVI
pour les projets Culture de l'Article 10

AMPHORA – un réseau pour la sauvegarde de la céramique, de la porcelaine et du

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
AMPHORA	Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Verkehr und Technologie	Allemagne – Espagne – France	Bavière – Valencia – Languedoc-Roussillon	990 000	450 000

CONTEXTE

Le projet AMPHORA a été mis sur pied pour faire face aux changements intervenant dans le contexte, les structures et les besoins du secteur de la céramique, de la porcelaine et du verre dans les trois régions participantes: Bavière, Languedoc-Roussillon et Valence. Les principaux problèmes concernent la surcapacité, la diminution de la rentabilité, la rationalisation de la production (ou les pressions en ce sens), la nécessité réelle ou ressentie de compresser le coût de la main-d'œuvre, les fermetures d'entreprises et pertes d'emplois. A cela s'ajoute la concurrence grandissante de marchés et producteurs extérieurs (par ex. le Japon) et l'arrivée de la porcelaine fabriquée dans l'ex-Allemagne de l'Est (Saxe et Thuringe) et en Europe orientale, notamment en République tchèque. Autre incertitude qui pèse sur l'avenir de ces activités: le nombre réduit de jeunes qu'elles attirent, parce que les formations adéquates font défaut et que les rémunérations proposées ne sont pas compétitives.

PARTENARIAT

- Chef de file: "Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft Verkehr und Technologie", Bavière (Allemagne);
- Second partenaire: Région Languedoc-Roussillon (France);
- Troisième partenaire: Instituto Valenciano de la Exportación, Valence (Espagne).

Les initiateurs du projet sont un ensemble d'acteurs impliqués – directement ou indirectement – dans le secteur de la céramique, du verre et de la porcelaine en Bavière. Le Languedoc-Roussillon et la région de Valencia ont été choisis pour leur complémentarité en termes de produits, de savoir-faire, d'organisation de la production et de marchés. Sont principalement visées les petites et moyennes entreprises en vue de les aider à établir des coopérations transnationales solides avec des entités correspondantes dans les régions partenaires. Outre les PME, AMPHORA rassemble les acteurs clés de l'appui aux PME, c'est-à-dire les collectivités et les pouvoirs publics (sous différentes formes) ainsi que les organismes culturels et professionnels. Le partenariat est donc bien positionné pour favoriser et accompagner un développement d'ensemble en réponse à l'évolution que connaît le secteur.

OBJECTIFS

Les objectifs du projet AMPHORA comportent trois axes:

- Donner aux régions participantes la possibilité de comparer et apprendre les différentes façons d'aborder les problèmes structurels caractéristiques de ces activités;
- Mettre en œuvre une stratégie commune à l'échelle européenne et constituer des alliances entre les entreprises, centres d'études, associations artistiques et collectivités locales de chaque région;
- Identifier et réaliser des actions communes dans le domaine de la formation, des nouvelles technologies, des nouveaux marchés, de la coopération et du tourisme culturel en vue de protéger le patrimoine et le savoir-faire traditionnel des métiers de la céramique et du verre.

En outre, le projet entend mener des actions de sensibilisation aux nouveaux marchés, opportunités et partenariats potentiels.

PRÉSENTATION DE L'ACTION CARACTÉRISTIQUES DE LA PHASE STRATÉGIQUE

Le projet AMPHORA est assez complexe dans sa composition et prévoit une transition graduelle entre l'élaboration stratégique et la phase de démonstration. Il s'est appuyé sur des actions spécifiques, discutées et programmées dès le début (par ex. l'exposition itinérante et le site internet) et laisse une marge de liberté suffisante pour que les partenaires puissent définir leurs propres objectifs et actions. D'où la combinaison d'actions de stratégie et de démonstration donnant un équilibre dynamique au projet. Vu la diversité du partenariat, celui-ci exige planification et stabilité mais aussi, en raison même de cette diversité, il doit ménager un espace suffisant pour croître et s'épanouir.

du patrimoine culturel des métiers verre (Bavière, Languedoc et Valence)

Comme souvent dans les projets transnationaux, des difficultés spécifiques sont apparues au cours de la phase stratégique, notamment en ce qui concerne la langue et les budgets. Un arrangement a pu être trouvé sur l'emploi des langues (réunions, bulletin, etc.) même si ce n'est pas sans conséquences financières et des problèmes de communication se posent encore parfois au sein du projet. La question des budgets reste délicate puisque les besoins comme les ressources diffèrent d'un partenaire à l'autre.

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

L'étape de démonstration a été initiée par une série d'ateliers, séminaires et conférences dans les trois régions, en vue de permettre les premières prises de contact et échanges d'expérience.

Outre ces rencontres, la première année d'Amphora a vu le lancement de deux initiatives de type horizontal: une exposition itinérante et la mise en service d'un site internet. Ce dernier, réalisé par les partenaires du Languedoc-Roussillon, présente le projet, les participants et les activités. (Adresse: <http://www.ceramique.com/Amphora>.) Le site web restera actif pendant toute la durée du projet et, on l'espère, longtemps après son achèvement.

La phase stratégique est complétée par 6 autres projets:

- une étude à deux niveaux sur la céramique dans les trois régions partenaires;
- thesaurus et forum européen de la céramique;
- programme d'échanges d'expérience entre musées;
- exposition commune à Valencia;
- échanges de stagiaires et de professeurs;
- étude prospective sur les futures tendances en matière de porcelaine et de céramique.

La principale difficulté de la phase stratégique a été de trouver et de maintenir un équilibre raisonnable entre les besoins des différents partenaires. Étant donné la forte participation du secteur privé, il sera nécessaire de veiller à ce que le projet Amphora poursuive une coopération profonde et substantielle entre tous les acteurs.

PÉRENNISATION DU PROJET

L'un des résultats escomptés vise à mettre sur pied un réseau de coopération suffisamment solide entre associations professionnelles et institutions culturelles des trois régions. Certaines actions en cours participent à la réalisation de cet objectif:

- développement du réseau AMPHORA lui-même;
- forum européen de la céramique et mise à jour du thesaurus;
- partenariats entre musées;
- activités communes de recherche et développement, coopérations transnationales (production ou commercialisation) dans le secteur privé;
- échanges mobilisant institutions et individus dans le secteur de l'éducation et de la formation.

mettre sur pied
un réseau
de coopération
suffisamment solide
entre associations
professionnelles
et institutions
culturelles
des trois régions

CONTACT

Dr. Gerd Beinhart,
Minister Counsellor
Prinzregentenstrasse 28
80538 – Munich (Allemagne)
Tel: + 49 89 21 62 23
Fax: + 49 89 21 62 27 91

Wolfgang Ulbrich/Nelson Jorge
Euro Networks Limited
Project Manager
Clos des Poplis, 12 bte 1
1332 Genval (Belgique)
Tél: + 32 2 653 36 61
Fax: + 32 2 653 62 93
E-mail :
euro-networks@compuserve.com

ARQUEO

ARQUEOTEX : Réseau Européen

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
ARQUEOTEX	CIEBI	Portugal - Irlande - Espagne Royaume-Uni - France	Center, North - Cork - Catalunya - West Midlands - PACA	941 000	599 330

CONTEXTE

A travers le projet ARQUEOTEX il est envisagé de créer un réseau européen d'information sur le patrimoine industriel textile, grâce aux nouvelles technologies de l'information, dans des régions de tradition textile confrontées à une crise industrielle dans ce secteur.

PARTENARIAT

- La ville de Covilhã (Portugal), coordinatrice du projet conduit par l'Université de Beira Interior, à travers le Musée de la Laine et le Centre pour l'Innovation et l'Entreprise de Beira Interior CIEBI (BIC, Business Innovation Centre);
- Le Centre de Documentació i Museu Tèxtil de Terrassa (Espagne);
- L'Association Textile Européenne de Liaison, d'Innovation, d'Echange et de Recherche, ATE-LIER, avec siège à St. Chaffrey (France);
- Le Cork Corporation et le Cork Business & Innovation Centre (Irlande);
- Le North Warwickshire & Hinckley College (Royaume-Uni).

OBJECTIFS

- Créer un réseau d'information sur le patrimoine industriel textile européen (laine, coton et lin);
- Encourager la création d'un réseau de musées et d'associations textiles et touristiques européennes pour permettre d'élaborer un itinéraire de tourisme culturel dans le domaine du textile européen;
- Créer et développer des Centres de Documentation Nationaux et/ou Régionaux;
- Appliquer les nouvelles technologies de l'information et de la télématique (CD-ROM; CD -I Vidéo - Internet), à la diffusion des collections et des expositions permanentes dans le cadre de musées textiles européens;
- Contribuer à la valorisation du patrimoine industriel de 5 régions européennes qui sont des importants centres historiques spécialisés dans l'industrie textile;
- Encourager la valorisation de l'artisanat, du design, de la restauration et de la conservation textile;
- Créer des emplois, de façon directe ou indirecte.

PRESENTATION DE L'ACTION ACQUIS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

- Encourager le partage et le transfert de l'information, des connaissances, des ressources et des expériences, à travers le développement de la coopération transnationale;
- Appliquer les technologies disponibles dans la société de l'information, à la conservation active du patrimoine textile;
- Etablir un réseau européen d'information textile.

un réseau européen
d'information
sur le patrimoine
industriel textile

TEX

du Patrimoine Industriel Textile

PHASE DE DÉMONSTRATION

Création/développement de Centres de Documentation

Le Centre de Documentació i Museu Tèxtil de Terrassa, possède une riche collection de vêtements historiques, qui constituent la base de la banque d'images développée par ce projet. Les équipements informatiques sont installés, l'équipe de personnel est formée, le Thesaurus est constitué, et la banque d'images est en phase de développement.

Le Musée de la Laine, à Covilhã, a créé le Centre de Documentation/Archives Historiques, dans un édifice qui a été aménagé à cet effet. Divers fonds d'archives et de documentation technique y ont été déposés. Un des ces fonds, produit par un des meilleurs ingénieurs textiles portugais se compose de 35 000 échantillons textiles qui seront incorporés dans la banque d'images. Tous les équipements informatiques ont été installés pour l'acquisition documentaire et la digitalisation d'images et de données.

Cette expérience sera transposée par le Centre de Documentation de Chantemerle, en cours d'installation (par l'Association A.T.E.L.I.E.R.) et par les centres qui seront créés: en Angleterre, à Hinckley, pour l'histoire orale et les conditions sociales du travail (particulièrement du travail féminin) et en Irlande, à Cork, pour l'exposition de collection textile d'artisans contemporains.

Production de matériaux de diffusion et promotion.

La préservation de la culture textile constitue l'essentiel de ce projet qui utilise les supports les plus divers: – la réalisation d'un film intitulé "*La Laine et L'Homme, Vieille Histoire, Nouvelle Aventure*", – l'édition d'un ensemble varié de publications et de productions en vidéo et CD-ROM, – la création de pages Internet...

Formation/information.

Des actions de formation et des séminaires thématiques ont déjà eu lieu, d'autres sont programmés.

ÉLÉMENTS D'INNOVATION

Au niveau des idées: Créer une relation directe entre patrimoine, développement et communauté locale et régionale il s'agit de "tisser le futur avec les fils du passé"; prouver que la conservation du patrimoine n'est pas une activité fatalement déficitaire; démontrer que l'application d'un produit innovant (la Banque d'Images) aux domaines de la conservation et de la diffusion du patrimoine peut contribuer à générer un certain degré d'autofinancement et à contribuer au développement régional.

Au niveau des finalités: Réhabiliter l'industrie textile, à travers l'appui au "design" et à la "production".

Au niveau des actions: Créer et développer des Centres de Documentation constituant de nouveaux équipements culturels dans les régions et localités où ils seront implantés et contribuant directement au développement local et régional.

PÉRENNISATION

On peut considérer que les bases matérielles assurant la pérennisation de l'action ont déjà été mises en place et permettront d'atteindre un degré d'autofinancement appréciable et un lien effectif avec les milieux de l'entreprise.

Réhabiliter l'industrie textile, à travers l'appui au "design" et à la "production"

► CONTACT

Chef de projet:

João Carvalho (Président de projet)
Isabel Esteves (Coordinateur)
CIEBI - Centre d'Entreprises
et d'Innovation - Estrada do Sineiro, 54
PT - 6200 COVILHÃ
Tel: + 351 75319150
Fax: +351 75324750

Responsable technique du projet:

Elisa Calado Pinheiro (Directeur
de Projet) - Museu de Lanifícios
da Universidade da Beira Interior
Rua Marquês d'Ávila e Bolama
PT - 6200 COVILHÃ
Tel: +351 75319700/319712
Fax: +351 75319888

ATTAS : Réseau de villes européennes

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
ATTAS	Municipalité de Seville	Espagne – Irlande – Portugal	Andalucía, Central Algarve – South-East	600 000	450 000

CONTEXTE

La promotion du patrimoine artisanal traditionnel peut constituer un puissant levier du développement. Dans le cadre de ce projet cela concerne : – pour l'Espagne: les sculptures sur bois du XVIII^e siècle, l'orfèvrerie ou les instruments de musique traditionnels; – pour le Portugal: la céramique, les pierres ornementales, l'artisanat en chiffon et les nappes; – pour l'Irlande du nord-est: la joaillerie en or et en argent, le cuir et les foulards de soie.

PARTENARIAT

- Area de Cultura del Ayuntamiento de Sevilla (Espagne);
- South East Regional Authority (Irlande);
- Asociación Hispano Lusa (Portugal);

OBJECTIFS

- Promouvoir le patrimoine artisanal en développant les métiers d'arts et d'artisanat traditionnel;
- Mettre en place un réseau permettant de valoriser l'activité économique des villes partenaires en développant l'apprentissage et la formation;
- Valoriser le patrimoine artisanal des villes partenaires à travers l'organisation de foires artisanales internationales;
- Diffuser, grâce aux médias appropriés, les techniques de production et les formations les mieux adaptées;
- Susciter de nouveaux systèmes de gestion mixte publique/privée, avec la participation des autorités locales et des artisans des villes partenaires;
- Mettre en place, chez chaque partenaire, un centre d'exposition, de vente et de promotion des produits artisanaux traditionnels.

PRÉSENTATION DE L'ACTION ACQUIS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

Les trois partenaires bénéficient d'une longue tradition artisanale. Cependant, les secteurs artisanaux de Séville, de l'Algarve et du nord-est irlandais traversent de grandes difficultés:

- manque d'organisation du secteur;
- défaillances en matière de formation des jeunes;
- manque de canaux de commercialisation adaptés;

Le projet ATTAS veut proposer une solution adaptée à cette situation en développant une série d'initiatives destinées à renforcer le tissu artisanal des trois partenaires. La phase stratégique du projet a permis de préciser les actions à développer.

PHASE DE DÉMONSTRATION

Une étude de viabilité, dans chaque ville ou région concernée, a permis d'analyser la situation locale. Ces études ont été confiées à des organismes spécialisés ou à des experts (le Business Innovation Centre – SEBIC en Irlande, IN LOCO au Portugal, une historienne/anthropologue en Espagne).

Une seconde étape a permis la mise en place d'un centre permanent de l'artisanat dans les trois régions partenaires. Pour ce faire, des stratégies différenciées ont été utilisées:

- South-East Regional Authority (Irlande) a décidé de réhabiliter un ancien moulin;
- l'Ayuntamiento de Sevilla a porté son choix sur un bâtiment municipal – la bourse de l'artisanat – au cœur de la ville, qui accueille désormais une Association des artisans de Séville;
- Anas développe conjointement plusieurs alternatives.

Ces centres sont destinés à assurer une triple fonction de formation, de commercialisation et d'exposition/promotion.

pour le développement de l'artisanat traditionnel

Echange d'expériences et de savoir-faire:

Les trois partenaires du projet ATTAS attachent une grande importance à l'échange d'expériences et de savoir-faire entre techniciens et apprentis, de façon à développer les métiers traditionnels. Chaque membre du réseau développe une collaboration suivie avec les organismes nationaux susceptibles de cofinancer et de participer à cette formation.

En outre, des séminaires transnationaux destinés aux artisans seront organisés au moment des foires artisanales pour permettre la mise en commun des problématiques et l'identification des solutions envisageables.

Foires artisanales transnationales:

Elles sont conçues comme un instrument privilégié de valorisation du patrimoine artisanal des villes et régions partenaires. Elles doivent également servir de canal de communication et de coopération entre les artisans participants. De fait, les artisans considèrent qu'il s'agit d'instruments de valorisation très efficaces qui leur permettent de promouvoir leur production et leur ouvrent de nouveaux canaux de commercialisation.

Trois foires artisanales ont été programmées:

- La première foire a eu lieu les 29, 30 et 31 mai 1998 à Tavira au Portugal. Elle a rassemblé 64 artisans espagnols, portugais et irlandais. Parallèlement une série de séminaires ont permis d'analyser d'une part les problèmes rencontrés (commercialisation, fiscalité, aspects administratifs,...) et d'autre part les perspectives d'avenir (emploi, formation, ...)
- La seconde foire est prévue pour la fin du mois de septembre 1998 à Kilkeni en Irlande. D'autres pays, comme la Suède (dont deux associations artisanales ont marqué leur intérêt) devraient y participer. Parallèlement, d'autres séminaires seront organisés en particulier sur le rôle d'autorité publique.
- La troisième foire qui aura lieu à Séville en Espagne en février 1999 marquera l'achèvement du travail réalisé dans le cadre du projet ATTAS.

Éléments d'innovation:

- créer un réseau préfigurant un nouveau mode de coopération transnationale public/privé permettant de surmonter les obstacles économiques et sociaux au développement du patrimoine culturel et artisanal;
- potentialiser le développement du patrimoine artisanal en mettant au service des techniques traditionnelles les nouvelles technologies de communication;
- développer l'activité économique en "récupérant" les gisements d'emploi traditionnels tombés en désuétude;
- actualiser la culture artisanale des partenaires par des transferts de connaissance en matière de méthodes de production, de commercialisation et de promotion.

PÉRENNISATION

La première foire artisanale de Tavira a suscité chez tous les participants un désir très vif de poursuivre ce type de démarche qui constitue un forum d'échange d'expériences dans un secteur traditionnellement très dispersé. La pérennisation de telles foires artisanales constitue donc un acquis attendu de ce projet, avec les retombées qu'on peut en espérer en matière de commercialisation internationale et de mise en place de nouveaux systèmes de gestion mixte public/privé. La création de centres d'exposition et de formation permanente constitue, par ailleurs, un atout important de pérennisation de l'action.

▶ CONTACT

Promoteur:
Ayuntamiento de Sevilla
Area de Cultura
Calle el Silencio, 1
41001 Sevilla (Espagne)
Tél: +34 954 50 56 22
Fax: +34 954 50 56 40

BRADAN: Le patrimoine culturel au

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
BRADAN	Sligo County Library	Irlande – Espagne – Italie – Royaume-Uni	Sligo County – Andalousie – Regione Liguria – North West England	631 000	408 500

“A BRADAN FEASA”: une légende irlandaise raconte l’histoire du Saumon de la Connaissance (A Bradan Feasa). Celui qui en mangeait acquerrait la connaissance du monde. Le projet vise à permettre une large diffusion et mise à disposition de l’information relative au patrimoine de chacun des partenaires.

CONTEXTE

Le projet s’inscrit dans une volonté de permettre l’accès à différentes collections et cherche à :

- innover par l’utilisation des technologies informatiques, le multimédia;
- optimiser le potentiel touristique des collections et assurer des incidences économiques positives dans ces régions;
- développer le potentiel touristique de chaque participant, dans le cadre des programmes régionaux de développement économique;
- développer les moyens informatiques pour élargir l’accès aux collections à l’échelle locale, en Europe et à travers le monde;
- se doter de ressources multimédias qui répondent aux besoins des partenaires et contribuent à leurs projets régionaux;
- montrer par le biais du rapport final et d’un guide de bonnes pratiques comment le projet peut être dupliqué ailleurs.

PARTENARIAT

- Sligo County Council (Irlande), bibliothèque municipale: chef de file. Collectivité territoriale de 55821 habitants sur 1756 kilomètres carrés;
- Diputación Provincial de Granada (Espagne), fournissant appui technique et financier aux municipalités de moins de 20000 habitants;
- Chester County Council (Royaume-Uni), municipalité en charge d’un patrimoine bâti, d’archives et de trésors archéologiques de renommée internationale;
- Comune di Genova (Italie), 700000 habitants, préservation et restauration d’édifices, documents et autres éléments du patrimoine communal.

OBJECTIFS

Principaux objectifs: les partenaires entendent mettre leur exceptionnel patrimoine culturel au service de l’industrie touristique locale et nationale:

- Exploiter le potentiel touristique des ressources locales pour aider le développement économique, la création d’emplois et élaborer des produits culturels prêts à l’emploi;
- Utiliser l’informatique de manière originale pour élargir l’accès aux œuvres: peintures, photographies, travaux d’importance internationale;
- Assurer la conservation durable des originaux;
- Mettre sur pied des ressources multimédias qui permettront, par l’étude, l’essai et la recherche, de favoriser le tourisme local et national et la création d’emplois correspondante;
- A l’achèvement du projet, chaque partenaire doit disposer d’un outil multimédia fonctionnel qui corresponde aux besoins identifiés.

PRÉSENTATION DE L’ACTION

La phase stratégique comporte trois étapes dont les objectifs sont réalisés ou sur le point de l’être (étape 3 date butoir août 1998):

Étape 1

- Inventorier les exemples commerciaux ou universitaires d’applications multimédias pour la présentation de sites et de données historiques;
- Réunir des exemples connus pour leur excellence dans le traitement d’un matériel complexe;
- Évaluer les points forts et les faiblesses de ces exemples par le biais de groupes d’experts ou d’utilisateurs;
- Identifier les facteurs clés de réussite de la technologie telle qu’elle est mise en œuvre;
- Définir les facteurs de réussite essentiels pour les applications prévues par les partenaires.

La phase stratégique du projet a mis en lumière certains problèmes à résoudre pour que le partenariat puisse aboutir.

service du tourisme local et national

On peut les regrouper dans trois domaines:

1. Organisation

La date de commencement du projet n'a pas été respectée et l'organisation interne de chacun des partenaires a dû être revue pour des questions de personnel, etc. Il a fallu tenir compte des directives officielles en vigueur chez chaque partenaire, avec des niveaux hiérarchiques différents dans chaque organisation. La prise en compte de ces niveaux a nécessité un certain temps.

2. Communication

Les problèmes de relation avec l'organisme hôte dans chaque région partenaire ont dû être traités, notamment l'établissement de liaisons directes entre participants/porteurs de projet par la mise à disposition d'un numéro de télécopie et du courrier électronique. Les trois langues imposaient l'utilisation de traducteurs, mais l'ampleur de ce besoin était assez difficile à cerner au début du projet en raison de la présence d'agents communautaires multilingues.

3. Vision

Il est apparu d'emblée que chaque partenaire avait sa propre vision de ce que devait être le produit fini. Le partenariat en a tenu compte et a proposé que les collections bénéficient de traitements différents. Il a fallu traiter la question des normes techniques et il fut décidé que les partenaires adopteraient un certain nombre de techniques multimédias à partir d'une liste préétablie, ce qui a conduit à la définition d'un ensemble de normes communes. Une étude indépendante a confirmé l'axe choisi pour les produits: au-delà des collections, promouvoir le marché touristique de chaque région.

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

Étape 2

- Développement d'un premier modèle test de l'application locale;
- Essai du modèle, au moyen de groupes échantillons, etc.;
- Échange de modèles entre partenaires et essai des modèles des autres.

Cette phase du projet s'est nécessairement déroulée en parallèle avec les derniers stades de l'étape de définition de la stratégie et a été ponctuée par la réunion des partenaires. Il est apparu que la définition des objectifs du projet permettait d'assurer que chacun des partenaires affronte des problèmes similaires en tandem, de manière à ce que l'expérience de l'un d'eux soit une source d'information et de savoir-faire utile.

PÉRENNISATION DU PROJET

Les partenaires ne veulent pas voir disparaître à la fin du projet l'expertise informatique acquise grâce au projet et l'expérience du travail en commun dans une atmosphère productive. En outre, il paraît certain que le projet ne réalise qu'une petite part du potentiel des collections.

En conséquence, les partenaires vont soumettre une demande d'aide communautaire au titre du développement culturel sous les auspices de la DG X. Le projet intitulé "Columbus" vise les jeunes défavorisés et utilise les technologies de l'information pour surmonter les obstacles dans l'accès au patrimoine culturel. Ce projet s'appuie directement sur les compétences et le savoir-faire acquis avec le projet Bradan.

L'expérience du projet Bradan pourrait être très utile pour d'autres initiatives, notamment en ce qui concerne la préparation et l'élaboration de produits multimédias. Le guide de bonnes pratiques en cours de réalisation est un autre exemple qui exploite les résultats du projet. Les partenaires préparent actuellement un dossier dans le cadre du programme Raphael pour financer une série de conférences dans les pays participants, en vue de faire connaître l'expérience du projet et d'en faciliter la transposition.

▶ CONTACT

Mr Donal TINNEY
Sligo County Library
The Westward Town Centre,
Bridge Street
Sligo - Irlande
Tél: 00353 71 47190
Fax: 00353 71 46798
E-mail: slogolib@iol.ie

CASA EUROPA: Promotion d'un tourisme

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
CASA EUROPA	Amministrazione Provinciale di Forlì-Cesena	Italie – Espagne – Allemagne	Emilia Romagna – Murcia – Hessen	687 000	400 000

CONTEXTE

Les actions prévues par le projet s'inscrivent dans le cadre du développement des zones rurales et montagneuses en Europe. Les principaux objectifs du réseau Casa Europa sont l'échange d'expériences dans la gestion du patrimoine culturel, le développement du tourisme jeune dans ces régions et la formation à la restauration de bâtiments d'intérêt historique et architectural. Les territoires ruraux et montagneux sont confrontés à un problème général de dépeuplement et de chômage et sont souvent perçus comme périphériques en termes de marché touristique, avec pour conséquence la perte graduelle de leur patrimoine culturel et historique. Les jeunes, attirés par les villes, abandonnent les traditions. Le projet Casa Europa s'efforce de redresser cette tendance négative et espère initier un processus de changement, en encourageant la préservation de l'artisanat et du patrimoine historique par de jeunes chômeurs.

PARTENARIAT

- La province de Forlì (Italie), chef de file;
- la municipalité de Sarsina (Italie);
- les municipalités de Cehegin, Bullas et Calasparra (Espagne);
- la province de Kassel (Allemagne).

De nombreux acteurs privés, sous la forme d'associations, participent au projet. Grâce au réseau, les partenaires italiens et espagnols pourront se servir de l'expérience du partenaire allemand dans la création et l'organisation de formations et de programmes d'échange pour jeunes chômeurs dans le secteur du tourisme culturel. Le projet se base sur le principe de l'échange de stagiaires qu'il s'agit de former aux diverses facettes de la restauration de bâtiments historiques et en particulier l'emploi de techniques traditionnelles. Chaque partenaire a l'expérience de certains éléments de la formation, de telle sorte qu'ils peuvent ainsi apprendre à la fois les techniques traditionnelles et de nouvelles méthodes pour la gestion et l'organisation de séminaires et d'échanges.

OBJECTIFS

Le but général du projet est le développement des régions partenaires, rurales et montagneuses, par la promotion du tourisme culturel, jeune et en accord avec l'esprit du projet. Sa mise en œuvre implique en premier lieu la restauration des structures existantes (bâtiments déjà utilisés par les partenaires) de façon à pouvoir accueillir des groupes de stagiaires internationaux. Les échanges sont organisés en fonction d'une série d'ateliers liés à la renaissance d'anciennes techniques artisanales et de restauration. La dernière étape du projet prévoit la création de centres d'animation culturelle et de coordination des mesures d'emploi pour les jeunes à l'échelle locale, régionale et européenne.

CARACTÉRISTIQUES DE LA PHASE STRATÉGIQUE

Le projet se développe bien. Le projet est innovant parce qu'il explore certaines voies de création d'emplois pour les jeunes et aussi parce que ses actions s'étendent à tous ceux qui ont besoin de se requalifier après une longue période de chômage. La dimension culturelle est très présente, non seulement par la préservation du patrimoine bâti, mais également par la création de musées dynamiques sur les traditions locales et la nécessité de redéfinir le sens et le rôle de la production artisanale dans un contexte mondialisé. Les partenaires sont tous engagés au même niveau et ont mis en place des mécanismes pour contrôler le résultat des échanges. La participation à ce projet a été une expérience particulièrement importante pour les partenaires espagnols et italiens, car ils ont pu établir de nouveaux liens avec des institutions qui ne connaissaient pas auparavant les possibilités offertes par les programmes européens (par ex. universités ou établissements de formation de la région). Le problème du recrutement des candidats (jeunes et chômeurs de longue durée) aux programmes d'échanges a été résolu par de nombreuses campagnes menées par les syndicats, chambres du commerce et autorités régionales, certains cours devant même refuser du monde!

U R O P A

de projet en faveur des jeunes

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

Des réunions techniques pour l'organisation des échanges ont eu lieu le 20 septembre 1997 à Kassel (D) et le 24 octobre 1997 à Cehegin (S). Le comité de pilotage s'est réuni à trois reprises au cours des six derniers mois et il en est résulté un calendrier détaillé des ateliers et séminaires.

Le palais abritant Casa Europa à Cehegin a été aménagé pour les ateliers moyennant quelques travaux internes et le bâtiment Casa Europa à Sarsina (I) est désormais achevé et prêt à l'emploi. Un site internet a été créé pour le projet.

Des actions de communication et de diffusion ont été mises sur pied par les partenaires espagnols et allemands. Les Espagnols ont été très actifs dans la réalisation de documents présentant les ateliers. Les Allemands ont également produit une série de publications pour promouvoir les activités du réseau. Quatorze cours se dérouleront de mars à octobre 1998, avec plus de 120 participants passant d'un pays à l'autre (un mélange de jeunes et de chômeurs de longue durée).

Le projet est innovant parce qu'il s'articule sur l'idée-force d'un échange véritable de savoir-faire dans un secteur particulier: la gestion du patrimoine culturel par les jeunes. Souvent, les partenaires de projets tels que celui-ci sont relativement peu préparés à construire des partenariats public-privé pour des projets spécifiques limités dans le temps et pâtissent d'un manque de souplesse au niveau institutionnel local. Il est donc important que de tels projets soient soutenus. Le projet est également innovant par le type d'activité échangée par les partenaires: il n'est pas fréquent de partager des financements afin d'apprendre comment gérer efficacement les bâtiments historiques et patrimoniaux, donnant ainsi l'occasion d'acquérir des compétences nouvelles qui n'auraient pu être apprises sans le projet.

PÉRENNISATION DU PROJET

Le projet présente une forte durabilité, tant par l'affectation future des bâtiments restaurés que par le développement des activités du réseau. Celui-ci aussi possède un potentiel prometteur pour l'épanouissement d'activités autofinancées, contribuant ainsi au renforcement des ressources locales. Des études d'impact seront nécessaires afin de mesurer les effets des échanges et de la formation sur l'emploi et se pencher sur les dimensions sociales et culturelles de la revalorisation des traditions et du patrimoine en zone rurale et montagneuse. A l'avenir, le réseau pourrait servir de catalyseur pour la création de musées et de centres technologiquement avancés pour l'étude du patrimoine culturel et historique dans d'autres régions semblables d'Europe.

un processus fréquent
des financements
afin d'apprendre
comment gérer
efficacement les
bâtiments historiques
et patrimoniaux

▶ CONTACT

Giorgio Zaniboni
Responsable Projets Internationaux
Affaires économiques
Provincia di Forli/Cesena
Piazza Morgagni, 9
47100 Forli (Italie)
T +39 0543 32500
F +39 0543 21465

CEEACT – Centres Européens

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
CEEACT	Probarroso	Portugal – Espagne – France – Belgique	Tras-os-Montes – Galicia – Midi-Pyrénées – Bruxelles	729 428	499 664

CONTEXTE

Une culture régionale spécifique, un territoire déterminé et une équipe d'agents institutionnels peuvent provoquer le développement économique, valoriser le patrimoine culturel et contribuer à construire l'Europe des citoyens.

Les partenaires du projet CEEACT présentent les caractéristiques nécessaires pour atteindre cet objectif.

PARTENARIAT

- Probarroso (Portugal): partenaire leader;
- Asociacion "Amigos dos Salas" (Espagne);
- Smdraag-leader (France);
- Accueil Jeunes (Belgique);
- Consello de Allariz (Espagne);
- Concello de Vilar de Santos (Espagne).

OBJECTIFS

Les principaux objectifs sont: le développement d'entreprises existantes et la création de nouvelles entreprises dans le domaine du patrimoine culturel ethnographique pour susciter des potentialités nouvelles en matière de ressources humaines, une meilleure gestion du patrimoine culturel grâce au développement d'échanges culturels, technologiques et commerciaux entre les diverses régions d'Europe. Ce projet doit permettre la création d'un nouveau Label/PCE – Produit Culturel Européen de Centres Européens d'Echanges Art Culture et Tradition – appelés à coordonner les actions d'échange de services et de produits, de personnes et de technologies – et serviront de véritables vecteurs de dynamisation économique.

Il s'agit d'affirmer et de promouvoir les différences culturelles entre les pays et les régions, localités et villes rurales, pour stimuler le désir de culture des communautés et des personnes par l'impact économique des actions mises en œuvre.

PRÉSENTATION DE L'ACTION ACQUIS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

La dynamisation des trois territoires, à partir des potentialités des cultures locales, constitue un facteur de développement appréciable pour les artistes et artisans locaux: adapter aux nouvelles méthodologies de travail, innovation en matière de valorisation et promotion...

Ce projet permet
permettre la
création d'un
nouveau Label/PCE
– Produit Culturel
Européen

d'Echange Art Culture et Tradition

PHASE DE DÉMONSTRATION

Les activités se développent en trois modules: initial, intermédiaire et final. Les modules initial et final sont réalisés dans le Barroso (P) et en Galice (E), avec tous les participants des quatre pays; ces 2 modules clés, d'une durée de 6 et de 4 jours, sont constitués par des conférences, débats, travail de groupes, visites sur le terrain et activités d'animation.

Le module intermédiaire est réalisé dans chaque pays pour développer la commercialisation: étude de réseaux de distributions adaptés pour les produits sélectionnés dans chaque pays.

Dans le domaine textile, les activités développées sont basées sur trois ateliers de création /production au Portugal, en Galice (E) et en France et développent une méthodologie de complémentarité entre les différentes matières premières (Portugal, Galice) caractérisant l'image artisanale du produit et utilisant la capacité industrielle installée (Galice) pour garantir une production suffisante.

La réalisation d'une collection CEEACT, la sélection des produits des divers participants pour la création d'un label CEEACT, la réalisation de supports de diffusion (catalogue, vidéo, presse book) et la présence dans les foires et les expositions avec défilés de mode constituent les actions connexes.

Dans l'action théâtre, les activités se divisent en deux ateliers: 1) un atelier de recherche théâtrale, réalisé en France. 2) un atelier spectacle commun avec trois phases (création de trois spectacles populaires en Galice), avec des tournées en France, Galice et Portugal, création en version bilingue en France.

Par la suite des animations théâtrales parcourent les territoires et les écoles.

PÉRENNISATION

Elle repose sur la volonté des partenaires fortement mobilisés. Les Centres européens d'Echange Art Culture et tradition sont une garantie de continuité.

L'élargissement du projet vers d'autres territoires, d'autres collectivités et associations et d'autres producteurs (artisans et artistes) constitue un objectif permanent.

Une partie du financement de l'institution provient d'un pourcentage sur les ventes et d'un apport initial des partenaires.

objectif permanent
du projet vers
d'autres territoires,
d'autres collectivités
et associations et
d'autres producteurs
(artisans et artistes)
constitue un
objectif permanent

▶ CONTACT

PROBARROSO
Association de Promotion et
Développement du Barroso
Terreiro do Açougue
5470 Montalegre (Portugal)
Tél / Fax +351 76511080
E-mail – probarroso@mail.telepac.
Coordinateur du projet: M. Paulo Pires
Directeur du projet: M. Rui Daniel Queirós

CIED: Innovation Culturelle et

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
CIED	DEMEKAV	Grèce – Allemagne – Irlande – Italie – Royaume-Uni	Thessalie – Saxe – Galway – Sicile – Pays de Galles	610 000	400 000

RAPPEL DU CONTEXTE

Le projet CIED s'attache à définir des démarches innovantes permettant d'assurer, à travers la préservation du patrimoine culturel des régions périphériques européennes et sa mise en valeur, le développement économique de ces territoires.

PARTENARIAT

Partenariat local autour de:

- l'Entreprise Municipale d'Etudes & de Constructions Urbaines de Volos (DEMEKAV), qui est le leader du projet;

Partenariat international avec comme représentants:

- Cardiff Bay Development Corporation (Royaume-Uni);
- Galway Corporation (Irlande);
- Leipzig Aufbanwerk (Allemagne);
- Ville de Palerme (Italie).

Un Comité de suivi anime le réseau. Il est constitué par deux représentants de chaque partenaire: l'un représentant les autorités locales ou régionales, l'autre le réseau de coopération régional impliqué dans chaque projet local. Un coordinateur technique, basé à Athènes, assure la responsabilité globale du projet transnational et veille, en particulier, à la qualité de l'évaluation continue et du consensus entre les partenaires qui garantissent la bonne réalisation et la qualité du "Manuel des Bonnes Pratiques" qui doit être réalisé au terme de cette action.

OBJECTIFS

A travers la mise en œuvre de chaque projet local et une étroite concertation entre les partenaires il s'agit de développer une réflexion commune permettant:

- d'apprendre à utiliser la culture – et plus précisément l'innovation culturelle – comme un moyen privilégié de développement économique;
- d'encourager la valorisation du patrimoine culturel des régions périphériques;
- de favoriser l'émergence d'un réel consensus comme fondement de la prise de décision ("mesures culturelles de consensus");
- de développer une démarche évaluative sur le rôle de la culture en matière de planification ("études d'impact");
- d'adapter les réponses proposées aux besoins concrets en fonction des contraintes rencontrées.

Le projet CIED souhaite mettre en synergie les approches culturelles et économiques, de façon à promouvoir l'intégration européenne à travers le développement de coopérations locales et régionales. Il s'agit, en particulier, de faciliter l'intégration des régions périphériques.

PRÉSENTATION DE L'ACTION ACQUIS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

Pendant la phase stratégique, tout en maintenant une concertation avec les autres partenaires, chaque projet local développe sa propre identité:

- Volos: mise en valeur simultanée et définition de méthodes d'évaluation des ressources culturelles au sens traditionnel du terme, mais aussi du patrimoine industriel et architectural (interconnexion des sites historiques et industriels...).
- Galway: encourager la participation publique au processus de planification culturelle pour favoriser une culture du consensus (promotion du bilinguisme, développement de la culture celtique irlandaise...).

Développement Economique

- Cardiff: encourager l'innovation en matière culturelle – en particulier à travers la transformation du “Coal Exchange” de la Baie de Cardiff en un village multimédia – et développer les possibilités d'emploi tant au niveau local que régional.
- Palermo: développer l'utilisation des technologies de l'information en matière d'évaluation des projets culturels, économiques, environnementaux ou sociaux.
- Leipzig: identifier les technologies les mieux adaptées à la valorisation culturelle, définir leur mode d'utilisation (création d'espaces culturels).

La nature même du projet CIED conduit chaque partenaire à réaliser des études sur l'impact culturel de sa propre action, de façon à nourrir la réflexion commune sur les politiques à mettre en œuvre et à alimenter le “Manuel des Bonnes Pratiques” final.

PHASE DE DÉMONSTRATION

- Volos: participation des étudiants en architecture au travail de recherche concernant la réalisation des plans de la vieille ville (sites historiques et archéologiques) et l'élaboration de projets de valorisation touristique, économique et culturelle. Les meilleures propositions seront mises en œuvre dans le design des travaux de réhabilitation des espaces publics du quartier ancien “Palia”.
- Cardiff Bay Development Corporation: mise en œuvre du projet de développement du “Coal Exchange” de la Baie de Cardiff en un village multimédia, pour en faire un véritable quartier culturel. Il s'agit de favoriser une étroite interaction entre la société de développement “Cardiff Bay Development Corporation”, le Forum d'affaires de la Baie de Cardiff “the Cardiff Bay Business Forum” et le groupe d'utilisateurs du centre multimédia du quartier culturel de la Baie de Cardiff “(the Cardiff Bay Multimédia/Cultural Quarter Users group and Property Developers)” pour développer un véritable pôle technologique multimédia et un centre d'affaires innovant. Ce projet est exemplaire en matière de l'action développée par le secteur privé.
- Galway: la préparation de la “Conférence de Galway” sur le thème: “Culture, planification et développement économique” est conçue comme un processus destiné à permettre de réévaluer le rôle de la culture en matière de planification. En effet, le thème principal de la conférence porte sur “la recherche de méthodologies de planification” comme voies d'accès à un multiculturalisme considéré comme constitutif de l'identité physique et culturelle d'un territoire. La promotion d'une approche bilinguiste apparaît comme un élément fort de cette démarche.

- Leipzig: un groupe de travail, réunissant des représentants de différents organismes et institutions culturels, a été constitué pour réfléchir sur le thème: Economie/Culture/Tourisme. Ce groupe de travail se réunit mensuellement sous l'égide d'un “Bureau Culturel” pour définir des thématiques communes de développement culturel adaptées à la ville. Il s'agit d'élaborer un véritable “projet culturel de Leipzig” qui puisse se développer à travers une série d'actions cohérentes, valorisant l'ensemble du potentiel culturel de la ville et mobilisant tous les acteurs qui interviennent dans ce champ.
- Palermo: expérimentation en matière d'utilisation et d'évaluation des technologies de l'information appliquées au champ culturel (création d'une page CIED sur Internet, promotion du projet dans la presse écrite...).

PÉRENNISATION

La diversité et la complexité des projets des cinq partenaires du projet CIED permet difficilement, au moins en ce qui concerne certains d'entre eux, de discerner leurs perspectives de pérennisation en termes d'impact sur l'économie locale, l'insertion sociale et l'emploi.

En revanche, l'élaboration en commun – à partir d'un travail en partenariat – du “Manuel des Bonnes Pratiques” est le gage du développement d'échanges et de transferts de savoir-faire qui constituent une garantie de pérennisation du réseau lui-même pour le plus grand bénéfice de chacun de ses membres et d'autres collectivités territoriales périphériques européennes.

CONTACT

Leader

M. Vasilis Sgouris
Planificateur urbain et régional
Entreprise Municipale d'Etudes
& de Constructions Urbaines de Volos
(DEMEKAV) - 81, rue Mikrasiaton
38333 - Volos, Thessalie (Grèce)
Tél: +30 421 33 639
Fax: +30 421 212 72
E-mail: dmk@tol.hol.gr

Coordinateur du projet

Dr. Hatto Fischer
DIALOGOS / Touch Stone
Athènes / Berlin
Tél: +30 1 361.02.83
Fax: +30 1 361.02.85
E-mail: hatto.dig@agora.org

CISTE - Itinéraires touristiques

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
CISTE	Association des Pays du Cézallier	France – Irlande – Espagne – Italie	Midi-Pyrénées – Co-Mayo, Sligo, Galway – Trapani – Malaga	642 042	400 000

CONTEXTE

Les itinéraires thématiques existent depuis longtemps en Europe et sont un moyen de développer les régions. Cependant ils n'ont pas de stratégie commune et leur gestion, quand elle existe, diffère grandement. La plupart sont traités comme des cas individuels, bien qu'ils soient un gisement de savoir et d'expérience. Les rassembler et les organiser serait une source de valeur ajoutée, surtout si cela permet d'améliorer la qualité de l'offre et de se rapprocher des souhaits des touristes d'aujourd'hui. Beaucoup d'itinéraires comprennent de nombreux éléments du patrimoine historique, culturel et industriel de la région. Certains de ces monuments ou sites sont en mauvais état, d'autres ne sont pas adaptés aux modes et critères de commercialisation touristique. Dans d'autres régions, les itinéraires sont un concept récent et l'expérience comme la tradition sont inexistantes.

Basé sur l'expérience française, le projet entend valoriser la tradition des itinéraires ainsi que le patrimoine dans différentes régions européennes en augmentant les savoir-faire et en les intégrant dans un réseau interrégional et international moderne.

PARTENARIAT

- L'Association des Pays du Cézallier (Auvergne, France) et l'Association du Pastel en Pays de Cocagne (Midi-Pyrénées, France) ont pris l'initiative du projet;
- "Irish Country Holidays", Mayo Naturally (Irlande);
- Ayuntamiento de Casares (Espagne);
- Ayuntamiento de Ainsa (Espagne);
- Provincia Regionale di Trapani (Italie).

Il est caractéristique de ce projet que dès le début les partenaires créent un réseau formel "Association Ciste". Les partenaires en sont membres mais aussi les sites individuels dans les régions. Dans cette expérience, la gestion du projet est effectuée par le réseau, mais le projet lui-même est un réseau en expansion.

OBJECTIFS

Le but premier du projet est de mettre sur pied un réseau commercial d'itinéraires existants ou à créer, rassemblant des sites de qualité. La création d'itinéraires n'est pas une activité neuve mais une pratique courante pour intéresser les touristes. Le projet vise à rehausser ces itinéraires à un niveau national et européen, et à les rassembler au sein d'un réseau.

D'une part, ce réseau doit gérer et coordonner les itinéraires et sites qui en sont membres. De l'autre, il a pour objectif d'élaborer un système moderne de promotion et de commercialisation en commun tel qu'un serveur internet pour les agences et bureaux de tourisme. Les touristes peuvent accéder à des informations sur tous les itinéraires membres et faire des réservations par l'intermédiaire du site web. Le tout doit permettre l'amélioration de l'infrastructure culturelle dans les régions, son utilisation efficace et un service optimal pour les touristes.

PRÉSENTATION DE L'ACTION RÉSULTATS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

Pendant la première phase du projet, il s'agit d'assurer les conditions idéales pour sa mise en œuvre: un partenariat cohérent et coordonné.

Il faut construire la banque de données contenant toutes les caractéristiques des sites pour sa mise en ligne sur l'internet. La structure du projet implique que tous les partenaires suivent la même méthode pour sélectionner les sites et créer les itinéraires. Et l'avancement du travail doit être simultané.

La constitution d'un réseau formel dont sont membres tous les partenaires, itinéraires et sites a beaucoup apporté au partenariat.

Problèmes rencontrés:

- le projet se développe à des vitesses différentes en fonction du niveau des itinéraires. L'un des partenaires a du mal à suivre le rythme des autres;
- le niveau de qualité exigé ralentit le projet. Les sites sont très nombreux et c'est un travail fastidieux;
- la définition de la procédure a pris beaucoup de temps;
- l'éloignement des partenaires ne facilite pas les visites de contrôle régulières. Les coûts en sont prohibitifs;

et culturels européens

- enfin, les différentes langues ajoutent des difficultés et des coûts supplémentaires dans un projet de haut niveau technique comme celui-ci.

Le projet rencontre également des résistances sur le terrain mais la plupart des responsables sont conscients de la nécessité d'adapter les sites à une norme européenne.

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

L'une des principales caractéristiques du projet "CISTE" est qu'il n'est pas constitué de plusieurs actions indépendantes (par ex. séminaires). En fait, c'est une série d'activités ou d'étapes orientées vers un but unique: la commercialisation d'un réseau d'itinéraires. Idéalement, tous les partenaires doivent mener leurs actions au même niveau et au même rythme. Un retard ou une moindre qualité de la part de l'un d'eux peut mettre tout le projet en danger, ou alors le partenaire concerné sera écarté du produit final.

L'Association CISTE doit permettre une bonne interaction et un engagement réel des partenaires. Elle est dotée d'un conseil d'administration et d'une assemblée générale.

Après l'établissement de la structure formelle, il est nécessaire de conduire un audit de tous les itinéraires existants ou en projet dans les régions partenaires. On met au point une grille d'évaluation qualitative et quantitative. Davantage qu'un simple inventaire, le résultat propose une description approfondie de chaque site et une vue d'ensemble de l'offre culturelle d'une région sur la base de plusieurs paramètres.

L'étape suivante consiste à rédiger les termes du contrat (cahier des charges) décrivant les critères minimum qu'un itinéraire ou un site doit respecter en tant que membre de CISTE. Il s'agit d'un document très complet et précis. Il est signé et appliqué par tous les partenaires. Cette façon de travailler garantit une évaluation uniforme des sites.

Suivant la confrontation de la description des sites et des critères minimum, la moitié des sites se situe au-dessus du niveau minimum. Mais pour être pleinement acceptés, ils doivent pour la plupart faire des efforts conséquents: certains nécessitent des rénovations, d'autres doivent améliorer la gestion, l'exploitation, la promotion, les techniques d'exposition, l'encadrement, etc.

En conclusion générale, on constate que le patrimoine culturel est riche et diversifié mais qu'une approche dynamique et une stratégie commerciale font défaut.

L'étape suivante du projet est la réalisation d'une banque de données des sites et de leurs caractéristiques et le développement du logiciel pour le système internet.

Le caractère innovant vient du fait qu'on dépasse le cadre de la simple construction d'un site web. Il faut à la fois assurer la promotion et l'information sur les sites et les itinéraires, mais aussi permettre au client (le touriste) de choisir et établir lui-même son trajet et ses vacances, réserver des chambres, etc. Il faut pour cela un logiciel très élaboré.

PÉRENNISATION

Le produit doit être prêt à la fin du projet, à savoir que le réseau des itinéraires doit être opérationnel sur l'internet.

La pérennisation du travail est garantie parce que le réseau formel a été créé au tout début du projet et continuera d'exister après son achèvement.

Cependant il sera nécessaire d'intégrer les activités du réseau dans le secteur commercial en recherchant des coopérations avec les tour-opérateurs et les bureaux de tourisme régionaux ou nationaux. En outre, une campagne d'information en plusieurs langues sera organisée. Il est également prévu de diffuser l'information par le canal des foires et expositions.

Il y aura encore du travail à faire sur les itinéraires et les sites: exécution de projets de restauration et d'équipement, formation des employés pour répondre à la demande des touristes.

L'intégration dans le système d'autres régions est à l'étude. Soit directement en devenant membre soit en appliquant la méthodologie développée par le projet.

▶ CONTACT

Evelyne Tricot Consultants
23, boulevard du Maréchal Foch
F - 81100 Castres
T 33.05.63.71.12.88
F 33.05.63.71.03.84
E-mail: assoc.ciste@wanadoo.fr

COAST-HERITAGE: Le patrimoine

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
Coast Heritage	Down District Council	Royaume-Uni – Northern Ireland – Italie – France	Lancaster, East Sussex – Down – Provincia di Salerno – Corse	895 780	485 285

CONTEXTE

Les activités auxquelles se livrent traditionnellement les populations côtières d'Europe sont le commerce international, la pêche, la construction navale, l'entretien des infrastructures militaires – et en parallèle une forme de tourisme étroitement liée aux autres activités dont elle commercialise les caractéristiques les plus attrayantes dans des villégiatures de bord de mer souvent pittoresques. Historiquement, ces activités ont généré une prospérité considérable jusqu'au déclin dû à une série de changements économiques, sociaux et environnementaux.

PARTENARIAT

- Down District Council (Irlande du Nord), chef de file;
- La Communauté de Communes du Cap-Corse, (France);
- Lancaster City Council (Royaume-Uni);
- Associazione CFUI Tec-Train, association sans but lucratif (Italie);
- Hastings Borough Council (Royaume-Uni);

Initié par le réseau COAST pour maintenir et renforcer son programme d'activités.

OBJECTIFS

Le projet COAST-HERITAGE fait fructifier un portefeuille de projets pilotes en vue de réaliser son objectif principal: le développement et la consolidation du réseau COAST au niveau local et régional. Pour cela, la sauvegarde, la revitalisation et la commercialisation d'éléments définis du patrimoine culturel physique et social des partenaires mettent l'accent sur un développement économique de proximité adapté aux besoins de la population locale. Les objectifs impliquent d'importants échanges d'informations entre partenaires et la mise en valeur de la variété des cultures littorales et de leur patrimoine particulier. Ainsi, le développement des projets pilotes prend en considération des éléments spécifiques du patrimoine architectural et historique de ces communautés.

PRÉSENTATION DE L'ACTION

Les partenaires se concertent au sujet de l'élaboration et de la mise en œuvre de stratégies bien définies. Les visites entre partenaires aboutissent à la création de structures de travail, la répartition des responsabilités au sein du partenariat et l'établissement d'une convention formelle liant les membres du réseau, avec un mode de fonctionnement tout à la fois formel et légal, en support mutuel et corrélation. L'accord de consortium conclu, la stratégie convenue passe par des réunions d'évaluation préalables à l'analyse des possibilités d'action et du potentiel de réussite. Cherchant à développer des ressources patrimoniales sous-utilisées et souvent tombées dans l'oubli, il s'agit d'étudier, comparer et mettre en avant les actions appropriées dans un contexte d'associations locales, partenariats de financement locaux et nationaux, et initiatives de développement local. On procède ensuite au recrutement des experts et consultants en patrimoine qui travailleront à la mise en œuvre des projets.

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

Le chef de file, le District Council de Down, se concentre sur une région de la côte en plein marasme économique, ayant pour centre le village de pêcheurs de Killough. Cherchant à exploiter le potentiel que représente la tradition locale des métiers de la mer, la municipalité projette d'y établir un centre d'interprétation de la vie maritime. L'acquisition d'un immeuble adéquat et l'élaboration du projet d'aménagement sont l'occasion d'une relation innovante, respectueuse et potentiellement fructueuse avec la population du village. Par ailleurs, la municipalité espère une réponse de l'Heritage Lottery Fund pour réaliser l'opération. En tant que chef de file, Down assure – en liaison avec le bureau d'assistance technique de COAST – un niveau élevé de coopération transnationale et d'échange d'informations en réseau.

La municipalité de Lancaster s'intéresse au développement touristique de la côte entourant la cité historique de Heysham où elle envisage de créer un centre d'interprétation. L'innovation réside dans le partenariat de financement qui associe des compagnies pétrolières nationales. Lancaster fait des acquisitions immobilières sur le site de Heysham Head et en ville; dans les deux cas, la municipalité agit de façon admirable et semble parée pour assurer le suivi de l'exploitation et de la commercialisation des nouvelles ressources patrimoniales.

eritage

architectural des Régions côtières

Menées avec souplesse et constance, les actions du CFUI Tec Train portent sur la sélection et l'évaluation de nombreux sites inexplorés et sous-estimés du patrimoine local. De nombreuses réunions avec les groupes de défense du patrimoine, les musées et les organismes chargés du tourisme ont accompagné l'analyse (forces, faiblesses, opportunités et menaces) des sites identifiés pour l'action et l'innovation, le développement des initiatives locales apportant une réponse au flux d'information diffusé dans le public. Un guide des bonnes pratiques est publié et des réunions sont organisées pour consulter le public sur son contenu.

Avec cette caractéristique unique d'abriter la dernière flottille de pêche britannique mouillant sur la plage et le merveilleux style régence de ses rues historiques allié au charme d'une ancienne station balnéaire, Hasting se focalise sur la restauration et la mise en valeur de son patrimoine, dans le cadre d'un programme de revitalisation. Des réunions techniques et la recherche de financements sont axées sur l'objectif de faire revivre un front de mer vieillissant. Le financement COAST-HERITAGE sert à l'expertise professionnelle nécessaire pour la rénovation et l'emploi novateur d'outils multimédia.

Les collections historiques locales forment la colonne vertébrale des initiatives de la Communauté de Communes du Cap-Corse. Le site du Couvent de Morsigli est choisi comme lieu optimal et une série de rencontres et d'accords permettent de faire avancer le projet. Inventaires, rapports et expositions se sont succédés, consolidant le projet pour la commercialisation et une future programmation.

PÉRENNISATION DU PROJET

Progressant de manière satisfaisante et rattrapant le retard initial dans le lancement des projets, le réseau met en place un dispositif financier interne, respecte les objectifs fixés et témoigne d'une importante activité transnationale. Il s'est engagé dans des acquisitions immobilières et des processus d'aménagement du territoire. Les actions à long terme – comme les projets de centres d'interprétation – survivront au projet actuel. Le guide de bonnes pratiques et les inventaires du patrimoine seront toujours utiles après son achèvement. La poursuite durable des divers projets en matière de patrimoine dépend bien sûr de la disponibilité de nouveaux financements (taxes, primes ou financement de projet). Le fait que COAST-HERITAGE est lui-même issu d'un réseau antérieur et couronné de succès, avec un potentiel certain de futures initiatives, indique également de bonnes capacités de pérennisation.

Couvent
est choisi comme
lieu optimal

▶ CONTACT

Liam Higgins
Project Manager
Down District Council
24 Strangford Road
Downpatrick
Co. Down
BT306SR – NORTHERN IRELAND
T +44 1396612233
F +44 1396612350
E-mail: bcoburn@downdc.gov.uk

La cultura

LA CULTURA DEL AGUA:

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
LA CULTURA DEL AGUA	Concello de Caldas de Reis	Espagne – Portugal – Grèce	Galice, Catalunya – Douro – Macédoine	904 250	500 000

CONTEXTE

Le thermalisme permet d'avoir une vision globale du patrimoine culturel et naturel sur le territoire des villes thermales, systèmes complexes et qualitatifs qui se basent sur l'intégration d'architecture et du paysage, de la culture et de la santé, de curistes et de résidents, d'histoire passée et de futur. L'exploitation rationnelle des ressources naturelles et culturelles associées aux eaux minérales médicinales peut soutenir des stratégies de développement spécifiques.

PARTENARIAT

- La Mairie de Caldas de Reis (Galice, Espagne);
- La Mairie de Caldes d'Estrac (Catalogne, Espagne);
- La Mairie de Lagadas (Macédoine, Grèce);
- L'Association de Municipalités du Vale do Cávado (Région Nord, Portugal), qui intègre trois stations thermales dans les municipalités de Amares (Caldas), Barcelos (Eirogo) et Terras de Bouro (Geres).

Il s'agit de petites stations thermales, proches de grandes villes, qui, au cours des dernières décennies, ont souffert un processus de dégradation urbaine en raison d'un certain abandon de l'offre thermique, qui avait structuré au fil de l'histoire son développement urbain.

OBJECTIFS

- Favoriser le développement intégré des villes thermales et la conservation de leur patrimoine architectural et culturel, à partir de l'échange d'expériences sur le plan européen;
- Promouvoir et interpréter globalement la culture de l'eau, ressource potentielle de dynamisation sociale et touristique des villes thermales;
- Favoriser l'application de nouvelles méthodologies d'interprétation du patrimoine thermal et de dynamisation culturelle des villes d'eaux;
- Intégrer les politiques de patrimoine, de tourisme et de développement local à travers de la création d'agences spécialisées dans les villes thermales;
- Provoquer des dynamiques de développement économique et social à moyen terme à partir de la consolidation de nouveaux pôles de centralité dans le secteur des loisirs, de la culture de la santé et du bien-être.

PRÉSENTATION DE L'ACTION ACQUIS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

À partir de l'échange d'informations et d'expériences entre les partenaires, et de la connaissance directe du développement des villes thermales dans d'autres pays européens, une méthodologie commune de planification et de gestion des villes thermales européennes a été établie, au-delà des différences législatives d'un pays à un autre.

Les villes thermales sont, par nature, des villes-activité. De ce fait, le produit thermal ne peut se limiter à l'établissement thermal, comme cela arrive dans la majorité des municipalités participantes. C'est pourquoi les projets d'intervention développés dans chaque municipalité, déclinent le produit thermal du point de vue urbanistique, architectonique, touristique, social et culturel, de façon intégrée.

Dans cette phase, une stratégie de développement faisant converger les stratégies commerciales des établissements thermaux avec les stratégies de développement économique et social des municipalités a été définie pour chaque municipalité, en renforçant la concertation publique-privée et l'implication de nombreux agents sociaux. L'envergure et la complexité des projets a conduit à combiner les actions structurelles à moyen terme – construction de nouveaux centres thermaux, projets de rénovation urbanistique, etc. – avec des actions immédiates de dynamisation culturelle et d'amélioration de l'environnement urbain.

del agua

Le développement intégré des villes d'eau

PHASE DE DÉMONSTRATION

- De nouveaux produits thermaux, entre tradition et modernité: le projet a défini pour chacune des six villes thermales du réseau, les caractéristiques des nouvelles offres thermales à développer, en tenant particulièrement compte d'une nouvelle demande urbaine d'approche: thalassothérapie à Caldes d'Estrac, thermoludisme à Caldas de Reis, thermalisme à Lagadas, tourisme de santé à Vale do Cávado.
- Récupération de la culture urbanistique des villes thermales: Des propositions de structuration urbaine sont définies à partir du thermalisme pour chacune des municipalités comme un nouveau quartier thermal à Caldas de Reis, la promenade qui relie trois nouveaux centres thermaux à Caldes d'Estrac, l'aménagement urbain de Caldelas et de Geres, le projet d'aménagement en jardin de l'environnement des thermes de Lagadas...
- Mise en valeur de l'architecture thermale: le projet établit le diagnostic et les critères pour la restauration et la mise en valeur des thermes byzantins de Lagadas, de ceux de Caldelas, de Eirogo et de Geres, et des stations balnéaires de Caldas de Reis. Des projets sont également en cours d'étude pour de nouveaux centres thermaux dans chacune des municipalités participantes.
- Interprétation de la culture de l'eau: les villes thermales ont traditionnellement été des points de rencontre et de création artistique et culturelle. Le projet Thermaios facilite la structuration d'une offre culturelle propre dans chacune des municipalités participantes, à partir de l'interprétation de leur propre tradition et des préoccupations actuelles de leur population. Cela s'est concrétisé dans l'impulsion de nouveaux festivals – "Cultura Quente" à Caldas de Reis, "Mygdoniana" à Lagadas, "Agua y Salud" à Caldes d'Estrac -, le dessin de nouveaux Centres d'Interprétation à Caldes de Reis et à Caldes d'Estrac ou l'élaboration du Plan d'interprétation du Vale do Cávado.
- Gestion intégrée du développement local à travers d'agences spécialisées: il est prévu de créer dans chacune des municipalités une agence "Thermaios", chargée de la direction de la station thermale et de la gestion intégrale de tout ce qui concerne les projets de rénovation urbaine et thermale.

Au cours de l'histoire, les villes thermales européennes ont été des petits centres d'innovation, tant au niveau de l'élaboration de plans urbanistiques et de dessin architectonique, qu'au niveau de créations culturelles et de relations sociales. Le projet Thermaios veut mettre en relief ces éléments d'innovation et les projeter dans les nouveaux projets de développement local.

Parmi les éléments innovateurs du projet il faut souligner l'approche patrimoniale des interventions dans les villes thermales; l'intégration effective des politiques de patrimoine, de tourisme et de développement local; la conception de nouveaux produits thermaux; l'adoption de critères et de standards de qualité européen; les solutions trouvées pour surmonter la traditionnelle divergence entre secteur public et initiative privée dans le secteur du thermalisme.

PÉRENNISATION

Thermaios a une vocation de réseau stable de coopération entre des villes thermales européennes. Un travail continu de diffusion a donc été réalisé dans des salons et des congrès spécialisés, pour présenter l'initiative et inviter d'autres municipalités à s'allier au futur de ce réseau.

Le réseau bénéficiera d'une exposition itinérante, d'une publication sur le patrimoine thermal européen et d'un guide de gestion des villes thermales qui permettra de maintenir le réseau au-delà de la fin du projet.

Le caractère stratégique et structurel des dynamiques initiées par chaque municipalité, l'enthousiasme généré autour de ces projets de transformation urbaine et la création d'agences "Thermaios" de développement local assure de bonnes chances de pérennité au réseau.

► CONTACT

Xavier Ballbé
Directeur Projet Thermaios
Concello de Caldas de Reis
Herrería, 1
36650 – CALDAS DE REIS
Espagne
Tél: +34 986 54 00 02
Fax: +34 986 03 93
E-mail: caldasdereis@fegamp.es

CULTURA MATERIALE: Garder

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
CULTURA MATERIALE	Amministrazione provinciale di Torino	Italie – Grèce – Espagne	Piémont – Macédoine Occidentale – Andalousie	846 669	450 000

CONTEXTE

L’empreinte laissée dans les mémoires par les groupes de résistants au fascisme, dans des zones montagneuses de la province de Turin, est aujourd’hui encore un puissant élément d’identification des populations qui y résident. Cette réalité a conduit la Province de Turin à s’engager dans une vaste opération de préservation de cette mémoire, de mise en relation avec d’autres éléments du patrimoine régional dans un objectif de sauvegarde mais aussi de transmission aux plus jeunes et de valorisation. Dans cette perspective, elle a réuni des communautés de montagne de la région grecque de Macédoine Occidentale et de la région espagnole de la Serrania de Ronda en Andalousie qui sont confrontées à un double problème similaire: assurer la transmission du passé comme facteur d’identité et ouvrir des perspectives de développement local.

PARTENARIAT

- La Province de Turin (Italie) qui associe trois “communautés de montagne”: Val Pellice, Val Sangone et Rorà;
- L’Union des autorités locales de Macédoine occidentale, ULAWM, (Grèce);
- Le Centro de Desarrollo Rural de la Serrania de Ronda, CEDER, (Espagne).

Dans chacun des sites des associations sont chargées de coordonner les activités de multiples acteurs locaux. Ce réseau local reçoit l’appui scientifique de l’Université. En Macédoine, l’ULAWM est le regroupement de quatre préfectures qui gèrent les projets des communes placées sous leur juridiction, elles sont assistées par le département d’histoire de l’Université de Thessalonique. En Andalousie, le CEDER est une agence technique de développement local qui a compétence sur le territoire de la Serrania de Ronda.

OBJECTIFS

Créer un réseau d’échanges en partie fondé sur l’expérience partagée de la résistance à l’oppression fasciste, et imaginer les moyens de transmission de la mémoire et de la placer dans une dynamique de développement. Les objectifs opérationnels prévoient des enquêtes approfondies sur les caractéristiques du patrimoine historique, culturel et économique de ces zones de montagne, la remise en état des “sentiers de résistance” que pourront emprunter les populations locales et les visiteurs, le rassemblement dans des écomusées des signes, traces et témoignages du patrimoine, la production d’outils multimedia pour une présentation accessible à tous. Ces écomusées devront aussi servir de “centres d’interprétation” des richesses et particularités des territoires. L’accent est mis sur une large mobilisation sociale de différents acteurs qui doivent se coordonner pour mener à bien le projet.

PRÉSENTATION DE L’ACTION

Le thème “culture matérielle” a été choisi par la Province de Turin pour couvrir toute une série d’actions de développement local, culturelles et touristiques. L’instrument de ce développement est un réseau d’ecomusées créés ou projetés par la Province pour revivifier des zones qui connaissent des problèmes de désindustrialisation, d’exode rural, de chômage ou de reconversion. On y trouve donc une problématique classique d’archéologie industrielle, de conservation et de valorisation patrimoniales et d’aide à la création ou au maintien d’emplois dans des zones sensibles. Les trois sites retenus par la Province pour participer à l’initiative communautaire sont inscrits dans cette politique d’ensemble. Des relations anciennes qui existaient avec la Macédoine sur la question de la Résistance en zone montagneuse ont été réactivées pour bâtir le réseau sur la base d’un transfert de l’expérience turinoise vers la Macédoine. Mais du fait que la politique de la “culture matérielle” comprend également des aspects de valorisation d’anciens sites productifs comme l’extraction de pierres de construction dans les carrières du Val Pellice, il a semblé intéressant aux promoteurs du projet d’associer le Centre de développement rural de Ronda qui dispose d’un savoir-faire éprouvé dans la valorisation d’activités rurales (huile et blé) de zones de montagne.

matéria

la mémoire de la Résistance

DÉMONSTRATION

a) Dans la Province de Turin, les travaux concernent l'identification et la restauration des sentiers de randonnée, autrefois empruntés par les résistants. Les tracés sont aménagés pour des promeneurs qui ont à leur disposition une signalétique commune et des panneaux d'information disposés le long des itinéraires. Des produits multimédia ont été élaborés et seront disponibles dans chacun des écomusées et des centres d'information touristique des communes. Il s'agit de CD-ROM conçus pour satisfaire à la fois des touristes qui veulent disposer d'un instrument pour "programmer" leurs sorties (cartes avec de nombreux détails) et pour apprendre les éléments essentiels de ce que fut la guerre de résistance dans la région. On y trouve donc des photos, tracts, coupures de journaux, chants des résistants, évocation historique de la période. L'ensemble de ces documents est collecté par les associations locales auprès des anciens résistants. Ils sont validés et mis en forme avec l'aide d'historiens de l'Université de Turin. La production des CD-ROM, par exemple, à Coazze, est supervisée par des enseignants du Lycée local mais ce sont les élèves qui en sont les véritables auteurs dans le cadre d'une expérience pédagogique.

b) Dans chacune des trois communautés de montagne, des écomusées ont été programmés. Ils sont installés dans des bâtiments qui ont une valeur symbolique pour la population. L'ecomusée de Coazze dans lequel seront exposées les sections "Découverte du territoire" et "Histoire de la Résistance" accueille déjà le public (classes enfantines) pour des activités d'apprentissage de l'environnement physique.

c) Dans le Val di Lanzo des travaux ont lieu sur une ancienne maison cantonnière qui abritera un petit musée dans lequel des documents seront exposés, notamment des vidéos sur les témoignages des anciens résistants. De la même façon qu'à Coazze des activités de découverte de l'environnement (*percorsi naturalistici*) seront proposés. On retrouve le même type d'opérations dans le Val Pellice, avec cependant une variante importante concernant le travail de la pierre à Rorà, petite localité où sont situées des carrières de gneiss. Ici il s'agit d'exposer ce que fut le travail d'extraction et de taille de la pierre selon les normes écomuséales.

d) En ce qui concerne la mise en œuvre en Macédoine la même problématique est appliquée (appel à des experts de l'université de Thessalonique, rôle des anciens résistants locaux) Dans la région de Ronda (mise en place de produits informatiques, actions de développement touristique) des synergies du même type sont observables.

Au-delà de la dimension patrimoniale, l'intérêt de ce projet tient à la participation et la mobilisation de divers groupes d'habitants. Cela oblige à coordonner l'intervention de très nombreux acteurs Leur coopération est fondée sur le respect des identités locales et de leur expression et sur des objectifs simples et partagés.

PÉRENNISATION

Trois raisons autorisent un diagnostic très optimiste quant à la pérennisation de ce projet La première tient à la méthode employée et la volonté des promoteurs d'inscrire leurs projets en adéquation avec les caractéristiques économiques, sociales et culturelles des partenaires. La deuxième raison d'espoir tient au fait que le réseau, dans sa partie turinoise, s'inscrit dans un "programme de législation" dans lequel l'investissement politique et financier est considérable. Enfin, les relations nouées entre les trois partenaires, antérieures à ce projet, s'avèrent solides et devraient être prolongés.

► CONTACT

Mme Patrizia PICCHI
Directrice services Activités
et Biens culturels
Provincia di Torino
Via Maria Vittoria, 12
101123 TORINO – ITALIA
Tel: +3901157562717
Fax +390115756459

ECHO: Promouvoir le patrimoine

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
ECHO	South Coast Metropole Partnership	Royaume-Uni – Pays-Bas – France	South Coast Metropole – Flevoland – Haute et Basse Normandie	645 000	325 000

RAPPEL DU CONTEXTE

Les villes partenaires du projet ont toutes en commun le fait de posséder un patrimoine maritime culturel peu ou pas assez exploité et mis en valeur, notamment sur le plan touristique. Or dans ce domaine, elles présentent une attraction insuffisante, à titre individuel comme collectif. Ainsi par exemple, les flux touristiques nord-américains susceptibles d'être intéressés se concentrent principalement sur les grandes métropoles que sont Amsterdam, Londres et Paris. Leur patrimoine est néanmoins riche si l'on en considère les vestiges depuis les Romains et les Vikings jusqu'à la Deuxième Guerre Mondiale en passant par le Mary Rose, le Mayflower et les immigrants vers le Nouveau-Monde à partir du XVI^e siècle, les naufrages de bateaux dans le Zuyder Zee ou encore "l'impressionnisme maritime" en Normandie.

C'est pour mettre en valeur ce patrimoine commun, pour sensibiliser les habitants à sa valeur et à ses éventuelles retombées en termes socio-économiques, pour le promouvoir auprès des cibles les plus adaptées qu'a été proposé le projet ECHO dont le titre "exporting cultural heritage overseas" traduit bien l'esprit et la vocation touristique: accroissement de flux de visiteurs principalement nord-américains vers l'Europe et promotion d'un tourisme inter-régional au sein de régions d'Europe.

PARTENARIAT

- Initiateur: South Cost Metropole, (SCM), partenariat urbain de la côte sud de l'Angleterre.
- Acteurs:
 - > 1^o/Collectivités et administrations territoriales / locales: Partenariat public de Bournemouth, Poole, Portsmouth et Southampton (R.U.); Province de Flevoland (Pays-Bas); Ville de Cherbourg (France); Ville du Havre (France).
 - > 2^o/Organismes à caractère privé: British Airports Authority; P&O European (Portsmouth) Ferries Limited; Sterling Travel Cruises; British Tourist Authority; Southern Tourist Board; Flagship Portsmouth Trust Limited/Greater Portsmouth Hoteliers Association; Franco-British Chamber of Commerce; Brittany Ferries Limited/Chambers of Commerce.

OBJECTIFS

Les objectifs qui sous-tendent le projet visent principalement à:

- Soutenir l'emploi dans le secteur du tourisme par l'accroissement des flux de visiteurs en Europe provenant du Nouveau Monde;
- Générer de nouveaux flux de visiteurs entre régions européennes;
- Appuyer le développement économique (au niveau local notamment) par le transfert d'expériences dans l'exploitation et la gestion du patrimoine maritime.

PRÉSENTATION DE L'ACTION ACQUIS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

L'action générale qui sous-tend le projet consiste d'abord en un recensement du patrimoine maritime, que ce patrimoine soit ancien, moderne, archéologique, historique, militaire, etc... Elle comporte ensuite une "mise en tourisme" de ce patrimoine par l'intermédiaire de moyens de communication adéquats et adaptés aux objectifs visés (CD ROM; dépliants; intermédiaires institutionnels et professionnels; manifestations; salons; actions marketing ciblées adaptées à la spécificité du marché, sensibilisation et implication des partenaires locaux (commerçants, etc...). Elle repose enfin sur le bon fonctionnement d'un partenariat qui doit jouer le jeu dans la mesure où la finalité est de déboucher sur un accroissement de visiteurs avec redistribution et canalisation des flux dans les zones-partenaires.

La phase stratégique correspondante est actuellement acquise puisque toutes les étapes qui la constituent ont été réalisées ou organisées.

culturel au-delà de l'océan

PHASE DE DÉMONSTRATION(56)

Action n°1: Constitution d'un ensemble d'itinéraires construits à partir des produits touristiques, reliés au patrimoine maritime, de chacun des partenaires.

Cette offre touristique comprend six itinéraires thématiques d'une durée de 6 à 16 jours articulés autour de produits se référant à sept thèmes préalablement recensés par le partenariat

Action n°2: "Reveries for devoted garden lovers": cet itinéraire d'une durée de 6 jours repose sur la visite thématique de jardins de toutes sortes

Action n° 3: Réalisation et envoi de brochures.

Conformément au plan de communication du projet, il a été procédé à l'impression de 70000 brochures présentant l'offre touristique des différents partenaires, c'est à dire les itinéraires thématiques ainsi que l'infrastructure touristique locale et les informations relatives à la réservation, aux prix et aux conditions d'hébergement. 40 000 brochures sont actuellement en cours de diffusion auprès des cibles nord-américaines par l'intermédiaire de sociétés de mailing spécialisées dans ce type de distribution. La forme de communication retenue tient compte des particularités du marché américain de la côte Est.

Action n°4: Mise en place d'un système d'évaluation.

Il comporte 3 volets:

Une évaluation du travail en partenariat: un questionnaire a été élaboré dans ce but afin de mesurer les atouts et les faiblesses du travail en commun, les enrichissements mutuels, l'apprentissage et la confrontation de méthodes différentes, l'apport de nouvelles technologies sur la façon de travailler, ce que les partenaires auront appris des autres, leur appréciation des différences culturelles, leur satisfaction... Les résultats sont destinés à améliorer le fonctionnement du partenariat ainsi qu'à le modéliser pour, ultérieurement, en favoriser l'extension à d'autres partenaires (cf. objectif n°7 ci-dessus).

Une évaluation de l'impact sur la clientèle nord-américaine:

- auprès des Offices de Tourisme, des différents sites (et, à travers eux, les hôtels, restaurants...),
- par des livres d'or dans les musées des différents sites,
- par la diffusion de posters ECHO avec questionnaires à remplir et concours dotés de prix,

- grâce à un numéro vert dans les magazines sélectionnés aux USA pour demande de brochures.

Une évaluation de l'impact sur l'économie locale en terme d'emplois, etc... (prévue mais non encore réalisée).

PÉRENNISATION

Elle se fera par l'intermédiaire du plan de continuité, destiné à pérenniser les activités du réseau, notamment dans trois directions:

- manager l'impact du projet à partir des enseignements tirés de l'évaluation socio-économique (en terme de création d'emplois notamment) à laquelle il sera procédé sur les visiteurs nord-américains,
- stimuler les voyages des Européens en Europe: à partir de l'expérience réalisée sur le segment de clientèle nord-américaine, il sera possible d'adapter et d'étendre facilement à des clientèles européennes la conception de développement touristique contenue dans le projet ECHO;
- soutenir le développement économique local par le transfert d'expériences et de savoir-faire dans l'exploitation du patrimoine maritime: procéder à une analyse comparative de différentes formes d'exploitation du patrimoine maritime permettrait de développer un modèle de "meilleure gestion" (notamment pour les musées maritimes, la construction traditionnelle de bateaux, la gestion portuaire, la construction de ponts...) qui pourrait être présenté dans le cadre de voyages d'études à des chercheurs, des universitaires et à des cadres de sites archéologiques maritimes.

CONTACT

Mrs Sue MULLAN
Coordinateur et Responsable du Projet
Southampton City Council – UK
tel: 44/1703832383
fax: 44/1703832962
e-mail: GBV6JC4J@IBM.MAIL.COM

Mrs Judith STEEGMANS
Chef de Projet (au Havre jusqu'à
début septembre)
tel: 33 232 92 59 99
fax: 33 235 42 11 16
e-mail: echo@esc-normandie.fr

ECONCRAFT: Développement

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
ECONCRAFT	Fingal County Council	Irlande – Finlande – Royaume-Uni – Suède	Dublin – Laponie – South East – Halland	1 020 185	498 459

CONTEXTE

Dans chacune des quatre régions partenaires, un grand nombre d'artisans ne sont ni actuellement coordonnés ni intégrés dans des stratégies de revitalisation / développement économique. Le projet doit permettre d'établir, par la coopération, les principaux éléments nécessaires à la création de centres artisanaux économiquement viables. Le projet entend également se pencher sur l'appui commercial aux activités artisanales. Les questions abordées par le projet vont de l'espace de travail et de l'aménagement d'une vitrine à l'identification des aides nécessaires, les formations et l'utilisation de l'internet comme outil de promotion et de commercialisation.

PARTENARIAT

- Le conseil général de Fingal (Irlande), chef de file;
- La municipalité de Milton Keynes (Royaume-Uni);
- Le conseil régional de Laponie (Finlande);
- La municipalité d'Halmstad (Suède).

En élaborant un modèle de centre artisanal économiquement viable, les partenaires espèrent surmonter certains des problèmes entourant la création de l'emploi local dans le secteur du patrimoine artisanal. En outre, par l'intégration des artisans dans les stratégies économiques et culturelles, tous les partenaires comptent développer la richesse et la diversité des cultures des minorités ethniques. Surtout, l'échange d'expériences et de savoir-faire au sein du réseau permettra à chacun de mettre en place localement les mécanismes nécessaires (nouveaux partenariats) et les stratégies qui contribueront à l'expansion et à la durabilité du secteur.

OBJECTIFS

Le premier objectif du projet consiste dans l'élaboration et l'expérimentation d'un modèle axé sur la création de centres de production artisanale viables, capables de fournir des emplois durables dans le secteur des produits traditionnels. Le deuxième objectif est de révéler et développer la richesse et la diversité des cultures ethniques, locales et régionales par la création d'unités artisanales et la mise au point d'outils audiovisuels informatisés pour vendre, commercialiser et promouvoir de nouveaux produits. Le projet comporte également l'analyse comparative et l'examen des nouveaux centres artisanaux, afin de réévaluer leurs besoins en termes de compétences, de nouvelles créations, de contrôle de la qualité, de commercialisation et d'accompagnement.

CARACTÉRISTIQUES DE LA PHASE STRATÉGIQUE

La plupart des unités artisanales prévues ont été créées et le travail de restauration continue pour les unités basées dans de vieux bâtiments historiques. Une coopération est mise sur pied entre les établissements de formation au sein du partenariat pour l'acquisition des compétences nécessaires au fonctionnement des unités. Chaque partenaire a étudié le type de métiers artisanaux les plus demandés à l'avenir et les résultats servent de base de discussions pour les futures stratégies. Les partenaires suédois et finlandais ont commencé à travailler sur un site web et des discussions sont en cours concernant les programmes informatiques pour la commercialisation.

AFET

économique intégré de l'artisanat ethnique local et régional

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

12 mai 1997 – réunion du comité de pilotage en Irlande

13 septembre 1997 – réunion du comité de pilotage en Suède

7 décembre 1997 – réunion du comité de pilotage en Finlande

24 avril 1998 – réunion du comité de pilotage au Royaume-Uni

Les visites aux unités artisanales dans les pays partenaires ont permis d'évaluer la faisabilité des restaurations des bâtiments qui les abritent. Des centres artisanaux se sont ouverts à Milton Keynes (R-U), Kittila (Fin), Halmstad (S) et Fingal (Ir). Des rencontres régulières dans chaque pays réunissent les artisans intéressés par la possibilité de travailler dans une unité.

Une brochure et un logo ont été réalisés pour le projet. Un film vidéo retraçant les progrès accomplis dans chaque pays, et qui peut être utilisé comme guide de bonnes pratiques, est en cours de réalisation par les partenaires. Le site internet pour la commercialisation des produits des centres d'artisanat est à l'étude. Le projet est intéressant du point de vue des coopérations axées sur le développement à long terme d'un secteur qui a souffert ces derniers temps d'un manque d'innovation pour le développement de produits nouveaux et intéressants.

En outre, dans certaines régions d'Europe comme la Laponie, ce secteur constitue une des principales sources de revenu pour la population et une réponse réfléchie et coordonnée aux besoins du secteur ne pourra être que bénéfique.

Les aspects innovants du projet Econcraft résident non seulement dans la mise en œuvre d'une technologie nouvelle pour la conception de nouveaux produits et l'expérimentation de nouvelles formes de promotion en commun, mais aussi dans la création des centres d'appui qui offrent un certain nombre d'autres avantages. Parmi ceux-ci, la possibilité d'augmenter le nombre de sites à domicile supportés par le centre. Les centres peuvent devenir des espaces de conseil et de formation, où des financements sont proposés aux jeunes entreprises et aux individus souhaitant travailler dans le secteur.

PÉRENNISATION DU PROJET

L'utilisation des technologies de l'information dans les fonctions d'appui commercial et pour l'étude de nouveaux produits peut se révéler être un élément clé pour la durabilité du projet. La construction d'un site internet peut être un outil au service de la coopération entre futurs centres Econcraft, mais aussi un moyen pour développer de nouvelles façons de diffuser les connaissances et l'information concernant le secteur artisanal.

Le secteur de l'artisanat est lié au secteur touristique et les centres Econcraft peuvent présenter également et accueillir différentes activités culturelles telles que des expositions ou des foires.

L'acquisition de nouvelles compétences, la création de nouveaux produits et la disponibilité d'un appui commercial permettront à l'artisan d'amplifier son affaire, d'allonger la saison et de participer aux foires commerciales au niveau international.

des financements
soutenus
aux entreprises
et aux individus
souhaitant travailler
dans le secteur

▶ CONTACT

Secrétariat du projet:
Michael Galvin
Fingal County Council
2/3 Parnell Square
Dublin 1
Irlande
T +353 1 872 7777
F +353 1 872 7247

EMPORION: Observatoire européen

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
EMPORION	Ajuntament de Terrassa	Espagne – Irlande – Finlande – Allemagne – France	Catalunya – Monaghan – Laponie – Thüringen – Lot	813 632	500 000

CONTEXTE

Le projet est destiné à contribuer à l'ensemble des travaux réalisés, à l'échelle européenne, sur le thème "industries culturelles, emploi et développement économique". De plus, il permet à chacun des partenaires d'accroître son expérience des questions pratiques de management à travers les divers projets locaux identifiés.

Le principal axe du travail est le développement d'une collaboration intensive dans cinq domaines:

- i Artistes travaillant sur d'autres initiatives de proximité;
- ii Expériences musées/espaces vivants;
- iii Liens entre les ressources culturelles existantes pour stimuler le tourisme;
- iv Catalogage et réalisation d'une banque de données sur les coutumes et les sites d'intérêt spécial;
- v Technique de modernisation pour des sites du patrimoine.

PARTENARIAT

- Ajuntament de Terrassa (Espagne), chef de file;
- Les Ateliers des Arques Association (France);
- The Tyrone Guthrie Centre (Irlande);
- Thüringer Ministerium Für Wissenschaft, Forschung Und Kultur (Allemagne);
- Le Conseil des Arts de Laponie (Finlande).

Le projet est géré par l'Observatoire INTERARTS, chargé par contrat de le concevoir et de le coordonner ensuite, réaliser des rapports et le magazine, organiser les déplacements, rencontres et séminaires, préparer les conférences, faire des présentations publiques et intégrer les territoires partenaires dans une banque de données sur la politique culturelle en ville et au niveau régional. Le contrôle financier et la gestion sont assurés par le chef de file Terrassa. La collaboration des secteurs public et privé est jugée essentielle à la réussite du projet. Pour cette raison, chaque partenaire travaille avec un réseau étendu d'acteurs locaux, y compris le secteur bénévole.

OBJECTIFS

L'objectif principal du projet est de permettre aux partenaires de travailler ensemble pour collecter, partager, évaluer et diffuser leurs expériences en matière d'emploi et de développement axé sur la croissance. Dans cette optique, les collaborations porteront sur des projets liés aux cinq grands thèmes cités. Par le repérage et l'analyse des mesures culturelles orientées sur l'emploi, le réseau EMPORION espère dégager des résultats synthétiques dans une publication qui sera largement diffusée, à travers le partenariat et la Commission européenne, à un réseau étendu de villes et de collectivités territoriales.

En outre, les partenaires utiliseront la banque de données FACTUS (initiative de l'observatoire INTERARTS) pour créer les instruments permettant de repérer, évaluer et diffuser les bonnes pratiques dans le processus de mise en œuvre.

PRÉSENTATION DE L'ACTION CARACTÉRISTIQUES DE LA PHASE STRATÉGIQUE

Au cours d'une première phase, les projets locaux apprennent à se connaître – type d'intervention, contexte. C'est également à ce moment que les dossiers d'étude sont précisés, l'information réunie et organisée, et les premières réunions mises sur pied pour faire avancer le projet. Dans un second temps, le travail d'analyse sur l'information obtenue sera joint aux conseils des experts et transmis à chacun des partenaires. Ceux-ci étudient actuellement diverses stratégies possibles pour bâtir des liens durables entre eux, dans le but de renforcer le réseau.

L'étape d'élaboration stratégique, déjà bien engagée, a été soutenue par la compétence gestionnaire et l'expérience de l'Observatoire INTERARTS en la matière. Il y a également un enrichissement en termes de contenu par d'autres initiatives INTERARTS, en particulier la banque de données FACTUS. En passant à l'étape suivante, le partenariat fait face à deux grands défis:

- i. créer un réseau et des relations interpersonnelles solides, capables de fonctionner à l'avenir demain sans l'appui de l'Observatoire INTERARTS;
- ii. assurer que l'expertise et le savoir-faire nouvellement acquis dans le cadre de ce projet sont intégrés dans des organisations et par des individus qui peuvent exercer un effet durable au niveau régional et local.

ON

de l'emploi dans le domaine du patrimoine culturel

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

On l'a déjà noté, le projet EMPORION englobe une série d'objectifs entrecroisés mais leur réalisation passe par et sera la résultante des cinq projets locaux/régionaux.

En voici deux exemples:

Le Tyrone Guthrie Centre

Il s'agit de développer la capacité d'emploi d'une association culturelle sans but lucratif, logée dans le complexe du Tyrone Guthrie Centre à Annaghmakerrig, dans le comté de Monaghan en Irlande. C'est ainsi que le Centre a accueilli tous les partenaires en janvier 1997 et permet de comprendre l'évolution du site classé qui offre désormais un espace de travail aux artistes. Le Centre cherche aujourd'hui à se rapprocher de son voisinage et à s'ouvrir à la population locale sans gêner le travail des artistes en résidence. L'achat de terrains voisins a permis d'offrir des promenades de découverte des paysages qui ont inspiré les nombreux artistes qui y ont séjourné. La signalisation du site et la réalisation de cartes s'appuie sur le travail effectué par l'IMCET à Terrassa.

Le Conseil des Arts de Laponie

Le Conseil des Arts est l'hôte de la seconde réunion du réseau en formation en juillet 1997 à l'occasion d'un séminaire sur le thème "Tourisme, Visiteurs et Publics". Il crée deux formules de visite, culture ou artisanat, élaborées en collaboration avec des professionnels du voyage. Une troisième offre est actuellement à l'étude. En coopération avec des partenaires aux Pays-Bas, la promotion d'une route de l'artisanat dans l'Est de la Laponie devrait attirer 1500 à 2000 visiteurs de ce pays l'été prochain. Cette initiative pourrait également être commercialisée en Espagne par l'intermédiaire d'une agence contactée lors d'une visite à l'IMCET de Terrassa. Pour soutenir ces initiatives, le Conseil travaille en liaison étroite avec les artistes et artisans locaux – lesquels n'avaient jamais eu beaucoup de contacts avec l'industrie du voyage. Ce partenariat original entre artistes, artisans et secteur privé peut s'appuyer sur l'exemple des Ateliers des Arques.

Les projets locaux/régionaux qui s'inscrivent dans le cadre du projet coupole EMPORION ont des partenariats complexes, travaillent à des rythmes différents, suivent des calendriers différents et s'occupent de questions très diversifiées. Cette diversité peut être l'occasion d'un véritable enrichissement du projet mais exige, les partenaires en sont bien conscients, une gestion attentive et souple ainsi que des contacts permanents et d'excellents systèmes de communication.

PÉRENNISATION DU PROJET

On peut distinguer certains mécanismes qui laissent penser que la longévité du projet EMPORION, ou de ses objectifs, est garantie. Tout d'abord, il y a le gros travail d'analyse et ses conclusions, qui serviront à la planification de projets futurs chez tous les partenaires. Pour assurer l'intégration harmonieuse de ces éléments dans la planification, il est manifestement utile que les partenaires restent en contact (même au travers d'un réseau informel) pour partager expériences et difficultés concernant cet aspect de leur action. Au point de vue formel, le projet a émis l'idée d'un Réseau européen des villes et régions pour l'emploi culturel.

Il est également question que le projet développe de nouveaux liens en se diversifiant. On pense notamment à l'échange d'artisans à l'occasion de foires ou d'expositions, ainsi qu'à des accords touristiques.

des découvertes
des paysages qui ont
inspiré les nombreux
artistes qui y ont
séjourné

► CONTACT

Mme Diane Dodd
Coordnatrice EMPORION
Observatoire INTERARTS
08077 – Barcelona, Catalunya, Espagne
T +34 33184925
F +34 33015117
E-mail: interarts@pangea.org.es

ETN : Réseau European Tower

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
European Tower network	Stadt Unna	Allemagne – Italie – Pays-bas	Sachsen, Nordrhein-Westfalen – Toscane – Noord Brabant	600 529	300 000

CONTEXTE

L'élément principal qui détermine le cadre du projet est le concept de "tours ou édifices en forme de tour en Europe".

La municipalité d'Unna, en Rhénanie-du-Nord-Westphalie, fait de la tour de l'église St-Nicolai un pôle d'attraction touristique. Waalwijk, dans le Brabant septentrional, imagine un aménagement urbain qui met en valeur la tour de l'église St-Jan. Döbeln restaure une ancienne tour de guet pour l'usage public, modernise un restaurant privé à proximité, ouvre la tour de l'église St-Nicolai et aménage un café dans la tour. Pise élabore un plan régional de développement qui prévoit des itinéraires de promenade pour les touristes et la restauration de bâtiments médiévaux dans la ville.

PARTENARIAT

- Chef de file: Unna (Allemagne);
- Second partenaire: Döbeln (Allemagne);
- Troisième partenaire: Waalwijk (Pays-Bas);
- Quatrième partenaire: Pise (Italie).

Le projet est lancé par la municipalité d'Unna dans le but de prolonger et renforcer des contacts précédents avec Döbeln dans l'ex-Allemagne de l'Est et Waalwijk aux Pays-Bas. Unna entretient des relations commerciales au niveau informel avec Pise en Italie. Le thème des "tours" est choisi pour partager un angle d'attaque commun dans le développement du tourisme. Les acteurs du projet sont des pouvoirs publics et des entreprises privées. Les conseils de paroisse jouent également un rôle important puisque les églises occupent une place centrale dans les projets locaux particulièrement à Unna et à Waalwijk mais également à Döbeln, où l'église St-Nicolai est restaurée.

OBJECTIFS

Le projet a pour objectif la création d'un réseau qui relie toutes les villes possédant des tours remarquables, à exploiter dans une offre touristique. Toutes les villes ayant des tours dignes d'intérêt pourront donc rejoindre le réseau à l'avenir. Le projet vise à créer les contacts locaux et régionaux entre les responsables politiques, les administrations publiques, les associations commerciales et les organismes privés. Le réseau prévoit l'échange régulier des idées et des expériences pratiques et favorise l'exploitation commerciale des tours. En encourageant ces nouveaux usages, il contribue à la conservation des édifices et augmente leur valeur de patrimoine culturel.

PRÉSENTATION DE L'ACTION

Les actions stratégiques de ce projet doivent créer un réseau européen de villes ayant des tours intéressantes ou des édifices semblables. La première étape consiste dans le travail de réparation et de restauration des tours concernées afin d'en permettre l'usage public et la commercialisation. Pour ce faire, quelques réunions sont organisées entre partenaires locaux, où ils échangent des informations sur les opérations de restauration. Les projets futurs prévoient de resserrer les liens entre partenaires. Par exemple, des actions communes sont envisagées l'année prochaine par Waalwijk et Döbeln pour célébrer le centenaire de la tour "Die Holländer" à Döbeln.

Network

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

Le réseau a organisé la première journée European Tower Day à Pise en octobre 1998. Il s'agit d'un séminaire de trois jours ouvert aux chercheurs, étudiants et entreprises de tourisme. Les thèmes sont liés au sujet des tours en général en Europe. À cette occasion les partenaires présentent leur travail dans une exposition. Les aspects innovants de l'action sont principalement les sujets abordés et la réunion de personnes issues des milieux scientifique et du secteur du tourisme. Le projet vise également à créer un site web où toutes les tours d'Europe seront présentées dans une banque de données. Ce travail a commencé et un site internet est en construction à Pise.

Un groupe de lycéens de Pise s'est rendu à Unna et s'est vu expliqué le projet concernant la tour de l'église. La tour a été restaurée et ouverte aux visiteurs pendant l'année dernière. Les étages supérieurs de la tour ont été réaménagés et un système d'éclairage a été installé pour illuminer la tour dans l'obscurité. Le même genre de travail a été exécuté à Döbeln. La tour de l'église St-Nicolai a été restaurée et l'ancienne tour de guet "Die Holländer" a été rénovée et ouverte aux visites. Pour les visiteurs, un restaurant privé s'est installé près de la tour.

PÉRENNISATION DU PROJET

Le thème des "tours" n'est pas simple, puisqu'il y a de très nombreuses tours à travers l'Europe. Presque chaque ville ayant son clocher, beffroi ou château d'eau, on peut questionner la pérennisation du projet. Les partenaires bénéficieront néanmoins de résultats visibles et durables, étant donné les efforts accomplis pour la restauration et une politique d'aménagement qui met en valeur ces édifices en tant que symboles de la ville. La commercialisation en commun des "villes avec tours" ne semble pas réaliste dans un avenir proche, mais chacun des partenaires aura eu l'occasion d'enrichir ses connaissances en la matière et sera mieux armé pour valoriser le patrimoine local dans l'offre touristique.

Le réseau organise
la première journée
European Tower Day
à Pise en octobre
1998

▶ CONTACT

M. Horst DELKUS
Stadt Unna
Rathausplatz 1
D-59423 UNNA
Allemagne
T +49 2303 103201
F +49 2303 103680

EUROTEX – Réseau européen

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
EUROTEX	Municipalité de Tilburg	Pays-Bas – Grèce – Portugal – Finlande	Noord Brabant – Rethymnon – Alto Minho – Laponie	760 000	500 000

CONTENU DU PROJET

Le projet vise à promouvoir et à développer le patrimoine de l'artisanat textile des régions défavorisées en utilisant le tourisme pour stimuler la production, la commercialisation et la vente.

Tous les partenaires s'inscrivent dans les grands thèmes du projet: industrie textile et la nécessité de stimuler le tourisme afin de répondre aux besoins économiques et d'emplois de la population locale. Le projet entend y parvenir non par la vente de produits textiles de masse, mais par la valorisation de la production artisanale locale.

PARTENARIAT

- Chef de file: la municipalité de Tilburg (Pays-Bas), relayée par les résidences universitaires Tilburg University Houses;
- Second partenaire: la municipalité de Rethymnon, Crète (Grèce);
- Troisième partenaire: la région du Alto Minho (Portugal);
- Quatrième partenaire: l'Association de l'artisanat lapon (Finlande).

OBJECTIFS

- Favoriser une coopération décentralisée entre collectivités locales et régionales pour l'appui aux métiers et au patrimoine textiles dans l'Union européenne;
- Conserver et promouvoir les savoirs artisanaux à l'échelle locale, pour améliorer ainsi la situation de l'emploi;
- Aider les collectivités à tirer parti de leur patrimoine textile par l'échange d'informations sur les méthodes de production, distribution et commercialisation;
- Le projet entend aussi favoriser le tourisme par le biais d'autres acteurs (par exemple syndicats d'initiative et tour-opérateurs);
- Diffuser l'information sur les métiers textiles par de nouveaux médias: internet, système d'archivage électronique...

PRÉSENTATION DE L'ACTION RÉSULTATS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

Les partenaires se connaissant avant même le début du projet, ce dernier peut débuter rapidement et efficacement. La coopération est bonne et elle est encore amplifiée grâce au courrier électronique, qui donne lieu à des échanges réguliers et utiles. Les actions consistent en enquêtes auprès des producteurs et des touristes, suivies de programmes de formation pour aider les producteurs et de l'organisation de visites guidées aux sites liés au textile, en contact direct avec les artisans. Une deuxième série d'actions comporte des échanges d'expérience, la rédaction d'un guide de commercialisation et des activités de promotion.

Il n'y a guère de différences entre les actions projetées et celles réellement menées.

La différence principale réside dans la non-réalisation de l'exposition touristique, car on a pensé que le public attiré par l'événement ne constituait pas le meilleur moyen d'atteindre ce qui est en fait un segment spécialisé du marché.

Il y a eu relativement peu de retard dans la réalisation du projet. Grâce au niveau élevé d'engagement de chacun des partenaires, le projet a pu commencer juste après la réunion initiale de Sintra. Le paiement tardif du financement communautaire a posé des problèmes pour l'un des partenaires. Cependant, une fois les fonds disponibles, on a mis les bouchées doubles pour rattraper le calendrier initial.

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

Le projet a comme objectif essentiel la préservation et le développement des savoir-faire textiles des populations locales, de façon à améliorer les possibilités d'emploi. Deux types d'action répondent à cet objectif: enquêtes sur l'emploi et acquisition de compétences dans chaque région. Les enquêtes identifient les producteurs textiles, évaluent leur situation en matière d'emploi et leurs aspirations. Elles se basent sur une méthodologie commune et sont réalisées dans toutes les régions, sauf à Tilburg. Au total, 172 producteurs sont identifiés. Les enquêtes font clairement apparaître deux types de producteurs sur le marché artisanal: professionnels ou à temps partiel. En général, les artisans professionnels écoulent dans une certaine mesure leurs produits sur le marché touristique, tandis que les producteurs à temps partiel ne gagnent pas assez pour se consacrer totalement à cette activité.

X artisanat textile et tourisme

Les enquêtes montrent également que les producteurs ne sont pas tous intéressés par l'accroissement des ventes aux touristes parce que leur revenu leur suffit ou qu'ils ne sont pas équipés pour recevoir les visiteurs ou pour développer leur production afin de répondre à la demande touristique. Les principaux obstacles à l'expansion de la production sont le manque d'aides financières, le coût des matériaux et l'absence de compétence commerciale.

Tout en dressant un bilan de la production, les enquêtes donnent des pistes pour l'améliorer. La volonté de poursuivre et développer la fabrication se heurte au déficit des qualifications en matière de commercialisation, finances, langues et conception du produit textile. Ces besoins sont identifiés par une analyse spécifique intégrée dans les enquêtes. Sur la base de cette analyse, des cours de formation sont élaborés pour chaque région.

Un deuxième objectif clé consiste à aider les collectivités locales à exploiter leur patrimoine textile par l'échange d'informations sur les méthodes de production, distribution et commercialisation. Le partage des informations est favorisé par le fait que les partenaires ont des domaines d'expertise spécifiques. La Crète possède un savoir-faire important dans le développement et la commercialisation touristique. Au Portugal, un travail considérable est effectué auprès des artisans et, en Laponie, il existe déjà un réseau de producteurs. Tilburg a l'expérience des visites guidées, de la commercialisation et des communications.

En outre, les touristes sont interrogés sur leurs habitudes de consommation sur le plan du tourisme culturel, leur intérêt pour le textile, leurs achats de souvenirs et leur avis sur la production artisanale. L'analyse des réponses indique qu'un marché potentiel existe pour le tourisme textile dans chaque région.

Cependant, l'enquête confirme que le tourisme de masse en particulier tend à acheter des produits de grande série. Il est donc important de stimuler la vente des produits locaux fabriqués à la main afin de réduire l'importation des textiles bon marché, souvent originaires de l'extérieur de l'Union européenne.

A l'analyse de l'offre et de la demande doit succéder leur adéquation. C'est dans cette optique que sont mises sur pied des visites et excursions culturelles. Celles-ci sont organisées en coopération avec des tour-opérateurs. Les premières visites sont conduites par des experts du textile, sur des itinéraires soigneusement préparés qui passent par des producteurs et points de vente spécifiques.

En outre, un intense travail est effectué pour la promotion du tourisme lié au textile et la diffusion de l'information. Notamment par l'emploi de moyens de communication modernes (internet), la rédaction d'un guide de commercialisation, la participation aux foires touristiques et la diffusion de supports promotionnels.

PÉRENNISATION

Le but du projet est de développer un système durable de développement et de commercialisation de l'artisanat textile. La durabilité des projets pilotes est garantie par la participation d'un large éventail de partenaires locaux et les répercussions économiques et culturelles du projet.

Dans toutes les régions concernées par le projet, le développement du tourisme textile sera repris par le secteur commercial à l'achèvement du projet.

Le suivi pourra prendre la forme de l'accueil en Laponie de la conférence du Réseau textile européen en 1999.

Le textile étant une activité pratiquée dans de nombreuses régions d'Europe, les principes mis en œuvre devraient être aisément transposables dans d'autres régions d'artisanat textile. On prévoit déjà d'étendre le modèle EUROTEx à d'autres types de fabrication artisanale, telles que la céramique ou la gastronomie.

Enfin les résultats du projet peuvent être relayés par ATLAS, Association européenne pour l'éducation au tourisme et aux loisirs, qui peut leur donner une audience plus large à travers l'Europe.

► CONTACT

Municipalité de Tilburg
Mr. Fred W. Van Oss
Director International Projects
Stadhuisplein 130, PO box 717
NL- 5000 AS Tilburg
Fax: +31.578.629.932 +31.13.543.39.90
Dr. Greg Richards
ATLAS, Tilburg University
PO Box 90153, NL-5000 LE Tilburg
Fax: +31.13.466.23.70

IMKA – Mesures innovantes en

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
IMKA	Naturfreunde Saarland e.V.	Allemagne – Italie – Royaume-Uni – France	Saxe-Anhalt, Sarre – Calabre – Shropshire – Lorraine	830 776	498 465

CONTEXTE

Le projet se caractérise par son objet, le patrimoine industriel européen. Le site du patrimoine mondial "Alte Völklinger Hütte" à Sarrebruck définit un programme de travail et se donne un système de gestion de la fréquentation. Autre site du patrimoine mondial, le musée "Ironbridge Gorge Museum" dans le Shropshire propose un système de location de bicyclettes et mène deux enquêtes auprès des visiteurs, en 1997 et 1998. Le Musée du Bassin Houiller Lorrain, à Petite-Rosselle, organise un système de récupération industrielle multiple pour créer de nouveaux emplois. L'association CCIAA à Crotona imagine de nouvelles attractions touristiques qui associent le passé grec et le patrimoine industriel du 20^e siècle. Le "Oberharzer Bergbau- und Heimatmuseum" à Wernigerode élabore un système modulaire d'offres touristiques que les visiteurs peuvent combiner et bâtir un système d'information complexe basé sur l'utilisation de nouveaux médias

PARTENARIAT

Le partenariat est né de contacts antérieurs au sein du réseau NEKTAR (Netzwerk Europäische Kultur der Arbeit) (Allemagne). L'initiative en revient à l'association Projekt Sanfter Tourismus im Saarland, qui joue également un rôle important dans la création du réseau NEKTAR. Les partenaires ont été choisis parce qu'ils développent tous des méthodes innovantes pour valoriser le patrimoine industriel en tant qu'attraction touristique. Les réunions régulières avec les membres du comité de pilotage sont une composante essentielle du projet. Plusieurs nouveaux acteurs ont été identifiés au niveau local en cours de projet.

OBJECTIFS

Le projet vise à analyser et à améliorer la coopération entre les autorités régionales et locales et les responsables du patrimoine industriel dans les régions concernées. Il diffusera les résultats dans le réseau, lequel repose sur des contacts personnels et sur le transfert électronique des informations. De nouvelles tâches doivent être définies pour les musées industriels en étendant leur rôle classique de conservation à un rôle plus actif englobant interprétation, utilisation et valorisation du patrimoine industriel intégré à l'offre touristique. Un objectif important sera de créer de nouveaux emplois pour les chômeurs dans le secteur des musées.

PRÉSENTATION DE L'ACTION

Le transfert de savoir-faire et d'expériences entre les partenaires du projet engendre un niveau croissant d'activité parmi les acteurs coopérants. La diversité des projets locaux est à la fois problématique et fascinante. Étant donné que les partenaires se rencontrent régulièrement et discutent en détail de leur état d'avancement, cette diversité donne au projet une dimension de haute qualité. Le projet s'efforce de maintenir une relation étroite entre les partenaires afin de favoriser l'aide mutuelle et l'élaboration de stratégies de commercialisation en commun.

Le "Oberharzer Bergbau- und Heimatmuseum" à Wernigerode élabore un système modulaire d'offres touristiques

faveur de l'emploi culturel

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

Pendant le déroulement du projet, chaque partenaire a développé ses idées. Certaines des actions les plus intéressantes sont:

- une enquête réalisée à Ironbridge pour savoir si les visiteurs accepteraient d'utiliser des vélos dans la vallée au lieu de voitures. Ironbridge connaît un problème manifeste de trafic routier et l'idée de louer des bicyclettes apparaît comme un moyen d'y faire face;
- à Wernigerode, un dispositif d'information mobile est testé pendant l'été 1998. Le système utilise une technique informatique mobile. Les visiteurs, principalement des familles avec enfants, emportent un petit ordinateur le long d'un itinéraire aux environs du musée. Leurs commentaires et réactions sont observés et enregistrés. Le programme suit une histoire imaginaire racontée par un guide historique sur l'écran. L'itinéraire comporte plusieurs points où les visiteurs sont censés faire halte et être informés par l'ordinateur;
- un panier d'offres est créé et l'informatique est utilisée pour les réservations. L'exploitation de techniques avancées au service du patrimoine industriel est un élément innovant, qui peut avoir une grande importance pour les autres partenaires;
- le projet de Petite-Rosselle montre comment la préservation du patrimoine industriel peut créer de nouveaux emplois. Le musée emploie d'anciens ouvriers du bâtiment au chômage dans un projet de récupération. Une partie du travail consiste à nettoyer et dégager deux sites dont on récupère les matériaux de construction. Le projet associe financement du ministère de l'Emploi et gestion du personnel de musée pour constituer une voie originale de formation à la conservation du patrimoine industriel; il a attiré l'attention des médias et d'autres sites classés en France.

PÉRENNISATION DU PROJET

Le projet étant associé à un réseau existant (NEKTAR), les chances sont grandes que la coopération se poursuive entre les partenaires. Il est probable qu'à l'avenir d'autres membres de NEKTAR s'y associeront également. La force du partenariat se manifeste dans les contacts personnels et informels entre les participants. Les projets locaux font tous partie de stratégies à long terme et les résultats devraient de ce fait avoir une bonne durabilité. Les actions des projets locaux ne dureront pas toujours mais céderont plus que probablement la place à d'autres projets, lesquels poursuivront les contacts et les échanges d'expériences.

principalement
des familles avec
enfants, emportent
un petit ordinateur
le long d'un
itinéraire aux
environs du musée

▶ CONTACT

M. Lothar WILHELM
Die Naturfreunde
Projekt Sanfter Tourismus
Berliner Promenade, 7
D-66111 SAARBRÜCKEN
Allemagne
T +49 681 37 46 67
F +49 681 37 46 45
E-mail: lowi0000@uni-sb.del

LUCANO: des villes culturelles

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
LUCANO	Ayuntamiento de Cordoba	Espagne – Italie – France	Andalousie – Toscane – Nord-Pas de Calais	754 286	440 000

CONTEXTE

Les sites patrimoniaux peuvent escompter un développement harmonieux des flux touristiques, des créations de revenus et d'emplois: il s'agit alors de "ressources" nettes, comme les exportations, à ceci près que les produits et services sont ici consommés sur place, cette donnée permettant alors de créer les bases d'un développement économique et social soutenable.

Dans le cadre de leurs actions pour le développement économique, trois villes, Cordoue, Pise et Lille, se sont associées pour résoudre un défi commun: les flux touristiques ne s'y arrêtent que pour un seul jour, privant ainsi les territoires considérés des retombées économiques et sociales plus importantes. L'enjeu est de faire en sorte que ces trois sites qui présentent un patrimoine important (deux d'entre eux sont patrimoine de l'humanité au sens de l'Unesco) – puissent retenir les touristes au-delà d'une journée et catalyser ainsi les effets en emplois attendus.

PARTENARIAT

- Ayuntamiento de Cordoba (Espagne): initiatrice du projet;
- Comune di Pisa (Italie);
- Mairie de Lille (France).

OBJECTIFS

Le projet-pilote veut mettre à jour des possibilités de visites touristiques qui s'étendent au-delà d'une seule journée. Il entend donc dégager des mesures pertinentes et en tester les effets à partir des trois contextes locaux, sur la base d'échanges aux niveaux des diagnostics, du choix des mesures et de l'analyse des effets.

Trois objectifs secondaires apparaissent: mettre à jour des diagnostics sur la difficulté de faire séjourner les touristes; voir avec les partenaires locaux les mesures à mettre en œuvre; dégager de leur application des recommandations applicables à tous ceux qui, en Europe assument les mêmes défis. Cette démarche sera entreprise dans plusieurs directions: attirer l'attention sur d'autres monuments ou manifestations que ceux ou celles qui servent de référence au départ; sensibiliser le secteur de l'hôtellerie-restauration à la diversification de ses formules; enrichir le contenu des services offerts.

PRÉSENTATION DE L'ACTION ACQUIS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

La première phase du projet LUCANO a consisté dans la mise au point du diagnostic des difficultés à faire séjourner les touristes sur les trois territoires. Ces diagnostics ont respecté une démarche définie en commun et confiée alors à des bureaux spécialisés. Mis en commun, ces diagnostics ont confirmé l'idée selon laquelle la présence d'un monument ou d'une manifestation exceptionnelle crée "un manque-à-développer" mais permet d'en diversifier les dimensions:

- insuffisance des perspectives et des informations offertes aux touristes sur d'autres sites ou manifestations sur le même territoire;
- organisation biaisée de la logistique et des modalités d'accès aux sites dans les villes concernées;
- difficulté à diversifier l'offre touristique qui repose en général sur plusieurs volets et pas seulement sur le volet patrimonial même s'il en constitue la raison d'être;
- faiblesse du potentiel hôtelier, conséquence et cause du phénomène du tourisme d'un jour;
- pratiques hôtelières qui ne prévoient pas de formules attractives pour inciter à l'allongement de la durée des séjours;
- absence d'aéroports, alors même que les tours operators tendent à installer de manière croissante leurs touristes autour de tels équipements.

On est donc en présence de deux grandes perspectives: agir sur les composantes du produit touristique, agir sur ses capacités d'accueil.

face au problème du tourisme d'un seul jour

PHASE DE DÉMONSTRATION

Elle a pour objectif de tester auprès des partenaires locaux quelques-unes de ces actions.

- Une première action consiste à redéfinir la signalétique et les flux de circulation des touristes dans les villes faisant l'objet de ce phénomène. Souvent, ces deux éléments conduisent à faire venir les touristes au plus près du site dominant ou d'une journée de référence et à les en refaire partir sitôt celui-ci visité ou celle-ci terminée. Les touristes ont donc peu de chance de pouvoir découvrir d'autres aspects des villes culturelles, et certainement pas les touristes en groupe qui ne disposent d'aucune marge de liberté. L'amélioration de cette signalétique ne résoudra pas tous les problèmes, mais elle aura des effets positifs dans le temps. Dans l'immédiat elle offre de nouvelles perspectives aux touristes les plus flexibles, parmi ceux qui voyagent de manière individuelle.
- Une seconde action vise à organiser des modalités de visite ou d'animations nocturnes. Cela vise à faire rester les touristes au moins une nuit sur le site, argument qui vaut aussi bien pour les touristes individuels, que pour ceux qui voyagent en groupe. Cette action s'inscrit d'ailleurs dans un mouvement plus profond qui est celui d'une mise en scène du patrimoine. La difficulté vient ici de la concurrence entre les activités, tous les touristes n'étant pas également intéressés par ce type de visites. Il en résulte un problème d'amortissement du coût d'investissement.
- Une troisième action réside dans la politique de tarification à l'entrée des monuments. Pour de nombreuses raisons, y compris la coexistence de droits de propriété différents, les touristes doivent repayer à l'occasion de chaque visite des prix d'accès qui peuvent être relativement élevés, ce qui ne pousse pas à aller au-delà du premier site visité, d'où l'idée d'un billet d'achat groupé pour tout ou partie des monuments. Cette mesure a au moins pour effet de réduire le coût d'accès à d'autres monuments a priori moins prestigieux que celui de référence et donc moins demandés.

Une quatrième action consiste dans la mise en place de forfaits hôteliers. Peu habitués à voir leurs clients séjourner, les hôteliers partent de prix relativement élevés et ne prévoient pas nécessairement des forfaits différenciés selon la durée du séjour. Cette formule rencontre une limite évidente car les touristes n'ont guère de raison de rester plus longtemps que ce que permettent les activités existantes. Mais elle est nécessaire si on entend dévier les flux touristiques des sites autour desquels ils ont tendance à se regrouper.

PÉRENNISATION

Au terme de la phase de démonstration, les trois villes pourront témoigner des avantages et des limites des mesures ainsi mises en pratique. Comme elles ne les auront pas nécessairement définis de la même manière, elles pourront réviser certains de leurs dispositifs au vu des expériences des autres partenaires ou mettre en application des mesures qu'elles n'avaient pas envisagées dans un premier temps. Compte tenu de la discussion préalable entre les différentes parties intéressées, on peut ainsi escompter une pérennité des mesures appliquées.

► CONTACT

Mr. Juan Caballero
Ayuntamiento de Córdoba
Agencia de Desarrollo Local
Cruz Conde, 23°
14003 Córdoba
Espagne
Tél.: +34.957.47.91.12
Fax: +34.957.49.00.42
E-mail: adlcordova@cod.servicom.es

Our City / Notre Ville: Le multimédia

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
OUR CITY	Brighton and Hove Council of King's House	Royaume-Uni – Allemagne – Belgique – Irlande	South East – Brandebourg – Wallonie – South West	738 500	500 000

CONTEXTE

Ce projet a été élaboré à partir d'un grand nombre de facteurs de développement économique et culturel – tous identifiés, négociés et convenus par le partenariat de projet. Chaque ville partenaire apportera une perspective propre aux défis identifiés qui peuvent être récapitulés comme:

- i. la capacité des partenaires de créer de nets avantages économiques et sociaux, à l'échelle locale et régionale, par le développement des opportunités touristiques liées à l'infrastructure culturelle existante. En outre, la capacité de valoriser le potentiel du tourisme en attirant les visiteurs, en allongeant les séjours et en accroissant les ventes de produits touristiques et culturels;
- ii. le développement de l'infrastructure existante (notamment musées et galeries) pour encourager les groupes de jeunes et les utilisateurs non professionnels, en particulier par le développement de produits et services multimédias.

PARTENARIAT

- Brighton & Hove Council (Royaume-Uni), chef de file;
- Stadtverwaltung Postdam of Friedrich (Allemagne);
- Ville de Charleroi (Belgique);
- Cork Corporation of City Hall (Irlande).

Trois de ces villes (Brighton, Charleroi et Potsdam) sont déjà des membres du réseau des villes de taille moyenne, Brighton et Charleroi ayant développé des liens particulièrement étroits dans ce cadre. Cork s'est joint au projet après avoir rencontré les autres partenaires à la conférence Directoria de l'article 10.

Pour tous les partenaires, la problématique principale réside dans leur capital culturel propre et la façon de le valoriser (notamment par le développement d'un produit de type multimédia comme dans le projet "My Brighton") pour développer et appuyer le tourisme. Il existe une forte synergie entre les partenaires puisque tous sont des organismes publics et donc capables de suivre une approche stratégique, concertée et coordonnée tant en ce qui concerne la pratique du projet que dans la réalisation de ses objectifs. Des associations sont instaurées avec un éventail d'autres acteurs et partenaires au niveau local dans les secteurs publics, privés et associatifs.

OBJECTIFS

Les principaux objectifs du projet sont:

- Augmenter la conscience du patrimoine culturel et améliorer l'identité et l'image de chacune des quatre villes partenaires;
- Améliorer l'accès des habitants et des visiteurs à l'information sur les attributs culturels locaux et régionaux par la création de "produits culturels" et, en particulier, l'utilisation des techniques multimédias pour conserver, montrer et recréer des aspects de l'histoire culturelle de chacune des quatre villes;
- Maximiser les avantages pour le développement économique régional d'un tourisme stimulé par le patrimoine culturel dans chacune des quatre villes par des politiques améliorées de gestion et de promotion et la mise en commun de l'expertise;
- Développer la gestion culturelle et l'accueil des visiteurs ainsi que les compétences multimédias pour soutenir la réalisation des objectifs 1-3 et permettre aux populations comme aux entreprises locales de participer et tirer bénéfice du projet.

PRÉSENTATION DE L'ACTION CARACTÉRISTIQUES DE LA PHASE STRATÉGIQUE

La phase de définition stratégique comporte deux volets d'activités: le premier essentiellement voué à l'information et le second lié à la diffusion, à l'exploitation et au développement de nouvelles technologies pour aider à atteindre les objectifs du projet. En ce qui concerne le premier volet (l'information), toutes les villes partenaires ont étudié le type et le style des informations touristiques et culturelles ainsi que leur diffusion. Des enquêtes ont été menées auprès des visiteurs. Un séminaire d'échange culturel s'est tenu à Brighton du 12 au 14 décembre 1997, avec des ateliers sur les thèmes suivants: centres d'informations touristiques, galeries et collections d'art décoratif, distribution et commercialisation, promotion des destinations / séjours brefs, événements artistiques / festivals / expositions.

Notre Ville

et le tourisme culturel

Les aspects techniques et de diffusion du projet sont évidemment essentiels à sa réussite. À cet égard, une rencontre multimédia, organisée à Cork le 28 novembre 1987, a réuni les partenaires et des producteurs de supports multimédias pour un échange le plus large possible d'expertise et de points de vue – le projet lui-même fournissant l'axe central de la discussion.

Le projet "Notre Ville" a des objectifs clairs et bien définis qui lui ont permis de progresser graduellement dans la phase de développement et de planification stratégique, efficacement et avec des résultats positifs.

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

Le projet "Notre Ville" a été planifié pour progresser à un rythme naturel, du travail d'analyse à la diffusion en passant par le développement et la production. On peut dès lors considérer que l'étape de démonstration commence, avec une certaine justesse, par le développement et la production de chacun des quatre produits multimédias élaborés par les villes partenaires. Aucun de ceux-ci n'étant achevé, il est difficile d'analyser cette partie du projet en ce moment.

Cependant, pour l'aspect production du travail, on peut noter que les facteurs suivants sont très probablement ceux qui contribuent au succès des produits à développer:

- i. la rencontre multimédia a permis l'échange d'idées techniques et de création ainsi que la discussion des implications financières de différentes approches, de manière à assurer le partage des bonnes pratiques et des solutions aux problèmes abordés;
- ii. des partenariats innovants et dynamiques ont été créés pour développer des produits multimédias qui permettront d'assurer la qualité du contenu et de la forme et leur adéquation aux marchés cibles identifiés;
- iii. l'investissement précoce dans la collecte d'informations ainsi que les enquêtes sur les visiteurs et les sites contribueront à renforcer le contenu du produit.

PÉRENNISATION DU PROJET

Il existe une opportunité évidente pour que le projet "Notre Ville" puisse continuer une collaboration pratique, c'est le partage du produit multimédia réalisé dans chacune des villes partenaires. Cette option est discutée par les partenaires mais il n'y a jusqu'à présent aucune recommandation claire quant à la façon de faire cet échange.

Toutefois, il faut remarquer que ce projet s'appuie sur des relations préexistantes entre certains des partenaires initiaux et il y a tout lieu de s'attendre à des associations futures entre les divers acteurs impliqués dans "Notre Ville" étant donné la qualité constante de ce projet et la nature profonde des nouveaux partenariats qu'il a suscités.

multimédia,
organisée à Cork
le 28 novembre 1987

▶ CONTACT

Mme Fiona O'Mahony
Project Officer
European Officer
Economic and Community
Development
Brighton and Hove Council
Kings House - Grand Avenue
Hove
East Sussex BN3 2LS (UK)
Tel. +44 1273 291098
Fax. +44 1273 291123
e-mail. Brighton@pavilion.co.uk

PLEIADES

Pleiades – Itinéraires culturels

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
PLEIADES	Conseil Général du Västernorrland	Suède – Irlande – Espagne – Royaume-Uni – Pays-Bas – France	Västernorrland – Shannon – Galice – Pays de Galles – Frise – Languedoc-Roussillon	720 000	450 000

CONTEXTE

Le projet associe six zones rurales côtières d'Europe qui veulent créer des itinéraires culturels pour le tourisme en vue de contribuer au développement économique de chaque région. Dans le Västernorrland, un itinéraire est basé sur le thème du patrimoine historique et industriel ("Forêts et rapides – patrimoine industriel"). La région du Languedoc-Roussillon possède un itinéraire bien structuré sur le thème "Le Pays Cathare: de château en château". Shannon va créer un itinéraire sur le thème "Voie Monastique" inspiré du patrimoine architectural religieux. En Galice, on prépare un itinéraire principalement basé sur l'archéologie et l'ethnographie en rapport avec la côte et les rivières de la région. Dans le pays de Galles, l'itinéraire a pour thème les bâtiments médiévaux – églises, quartiers et monastères. La Frise veut créer un itinéraire sur le thème "Maisons historiques au centre des villes et villages" ou "Édifices religieux de la Frise"

PARTENARIAT

- Conseil général du Västernorrland (Suède);
- Centre ECTRAC (Royaume-Uni);
- Conseil général de l'Aude (France);
- Denbighshire County Council (Royaume-Uni);
- Sociedad Anonima para o Desenvolvimento da Galicia (Espagne);
- Shannon Development Agency (Irlande);
- Stichting Kultuer en Toerisme yn Fryslân (Pays-Bas).

L'initiative du projet revient au ECTARC (Centre européen des cultures traditionnelles et régionales), qui est basé au pays de Galles. Cette institution, qui a une bonne expérience du travail avec des partenaires internationaux, organise une conférence à Tarragone en 1995, où participent des représentants du Denbighshire, de la Frise, de Shannon et du Västernorrland. La coopération est principalement basée sur des contacts préalables entre les partenaires, qui avaient travaillé ensemble à plusieurs reprises auparavant. Les six régions ont été choisies parce qu'elles ont beaucoup en commun: une dimension littorale, une économie rurale et un tourisme peu développé. Le partenariat est important pour accomplir les objectifs du projet et pour atteindre de bons résultats dans les sous-projets. La méthode choisie réunit les membres du comité de pilotage, des représentants des services touristiques régionaux et des experts du tourisme culturel et du patrimoine local le long de chacun des itinéraires afin d'évaluer le travail et de conseiller chaque région.

OBJECTIFS

Le projet vise à créer un itinéraire culturel dans chacune des six régions et à développer la commercialisation en commun de ces itinéraires. Enquêtes et consultations de la population locale permettent d'identifier des ressources non exploitées, qui peuvent être intégrées dans les itinéraires. Le travail de cette équipe internationale fera l'objet d'un guide sur la préparation des itinéraires culturels et présente une méthodologie pour la création et la commercialisation des itinéraires culturels en territoire rural. Des plans détaillés seront mis au point pour chaque région, avec zones protégées, interprétation, tableaux et signalétique, projets de commercialisation.

Le projet associe six zones rurales côtières d'Europe qui veulent créer des itinéraires culturels

ES

en territoire rural

PRÉSENTATION DE L'ACTION

L'évaluation dynamique de chaque itinéraire par les membres du comité de pilotage accompagnés d'experts et de chercheurs associés au projet revêt une grande importance stratégique. Ce travail s'est bien déroulé et a engendré des comptes rendus détaillés de chaque groupe participant. Un autre effet intéressant de cette évaluation est le fait que la population locale est tenue informée sur les propositions qu'elle a faites et sur les activités prévues. Un axe stratégique important consiste à utiliser les contacts entre les partenaires pour commercialiser chaque zone dans les autres régions.

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

Les résultats concrets du projet sont l'ouverture des itinéraires au public et leur commercialisation touristique. Chaque itinéraire a son propre thème, mais la procédure et la construction sont similaires. Dans le Västernorrland, cinq sites principaux ont été identifiés le long de l'itinéraire: le moulin des rapides d'Haverö et la maison des anguilles toute proche, les sculptures rupestres de Nämforsen, le vieux centre de transport du bois à Österström avec la scierie d'Åsen, les forges de Gålsjö et la vieille centrale électrique de Brynge. Pour développer des activités sur les sites, deux séminaires ont été organisés avec des membres des communautés locales. Dans l'Aude, l'itinéraire existant "Pays Cathare" a été étendu avec de nouveaux sites, qui ont été examinés par l'équipe internationale en termes de tourisme culturel. Au pays de Galles, l'étude a commencé et 30 sites à inclure dans l'itinéraire sont identifiés. Les critères de qualité ont été fixés. Chaque propriétaire a été contacté pour obtenir la permission d'intégrer le site à l'itinéraire.

PÉRENNISATION DU PROJET

Le projet aura comme résultat durable la mise en relation d'un certain nombre de sites thématiques dans chaque région. Les signes visibles concerneront l'appellation et la commercialisation ainsi qu'une signalétique spécifique. La similitude de chaque sous-projet facilitera l'échange d'expériences entre les partenaires. L'utilisation de chaque région pour commercialiser les autres semble une caractéristique essentielle pour la pérennisation du projet, puisque les partenaires sont associés dans la réalisation d'un jeu de six brochures et d'une exposition sur les six itinéraires.

Des contacts réguliers sont maintenus entre les partenaires par des réunions tous les trois mois quand le travail d'évaluation est accompli. Ces réunions permettent de parcourir l'itinéraire prévu. Des relations d'amitié à long terme sont nées dans le cadre du travail en raison du choix d'effectuer le travail d'évaluation ensemble dans chaque région. Les contacts se sont développés entre les groupes de pilotage, la population locale et les propriétaires le long de l'itinéraire. La création de nouveaux liens entre les acteurs locaux du tourisme et les propriétaires est un des effets intéressants du projet.

le sculpteur
Nämforsen
le vieux
transport
du bois à Österström
avec la scierie
d'Åsen, les forges
de Gålsjö et la
vieille centrale
électrique de Brynge

► CONTACT

M. Christer NYLEN
Conseil général du Västernorrland
SW-871 85 HARNOSAND
Suède
T +46 611 80 000
F +46 611 80 152

PROGRESS: Excavation, Application

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
PROGRESS	Ajuntament de Girona	Espagne – France – Italie – Grèce	Catalunya – Corse – Sardaigne – Attique	439 000	301 812

CONTEXTE

Pour progresser dans la connaissance de l'histoire et de la réalité physique de notre passé, de nouvelles méthodes d'information s'avèrent nécessaires afin de découvrir, protéger, conserver ce qui est encore dissimulé dans le sous-sol dans les meilleures conditions de qualité et de fiabilité. De plus, la mise en place d'un système d'informations concernant les vestiges du passé invisibles aujourd'hui empêchera demain de possibles pertes irréparables. C'est à partir de cette information que les fouilles seront désormais sélectives entraînant à l'avenir des économies de temps et d'argent. La méthode retenue pour cela repose sur des techniques géophysiques dont l'intérêt majeur en archéologie est de ne pas détruire le gisement prospecté et de localiser de façon plus précise l'objectif, conduisant ainsi à des fouilles sélectives.

PARTENARIAT

- La Mairie de Gérone en Catalogne (Espagne) est l'initiatrice du projet;
- La Mairie de Bastia en Corse (France);
- La Province de Cagliari en Sardaigne (Italie);
- Ainsi que les Universités de Barcelone, de Gérone, de Cagliari et d'Athènes; l'Ente Scuola Edile de Cagliari; le Musée National de l'Archéologie de Catalogne; le Centre de fouilles archéologiques de Gérone; le Centre de Recherche Géophysiques du CNRS français; la Soprintendenza ai Beni Archeologici Provincie Cagliari e Oristano.
- Le Musée Vouros-Eutaxias de la Ville d'Athènes (Grèce);
- Le Collegi Oficial d'Architectes de la Catalogne.

OBJECTIFS

- Expérimenter de façon synchronique en utilisant les nouvelles méthodes de prospection géophysique du sous-sol et confronter les résultats à ceux obtenus en réalisant une fouille sélective de l'endroit prospecté;
- Evaluer les possibilités d'application de l'utilisation de ces nouvelles technologies dans le domaine de la protection et de la mise en valeur du patrimoine caché dans le sous-sol;
- Appliquer les résultats du projet à la gestion du patrimoine;
- Favoriser d'une part la création d'activités économiques dans les domaines des nouvelles technologies (collecte de données archéologiques), des technologies de l'information (via les universités, les sites,...), du tourisme culturel (prise en compte de ces nouvelles techniques dans les équipements culturels) et d'autre part la révision/adaptation des aspects normatifs en matière de patrimoine archéologique;
- Proposer une création artistique (de type performance) dans les villes-partenaires en vue d'une utilisation contemporaine du patrimoine;
- Assurer la divulgation scientifique des résultats obtenus en comparant méthode et pratique.

PRÉSENTATION DE L'ACTION ACQUIS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

La phase stratégique comprend trois parties distinctes et consécutives: "prospection géophysique", "fouilles sélectives" et "diffusion", ainsi qu'un volet "dimension économique et sociale" présent tout au long du développement du projet. La prospection géophysique, effectuée par l'ensemble de l'équipe scientifique à Bastia (France), à Cagliari (Italie) et à Gérone (Espagne) avec différents matériels (radars, quadripôle électrostatique) a été couronnée de succès avec la détection de nombreux tombeaux, de nécropoles et divers autres objets archéologiques.

Pour progresser dans la connaissance de l'histoire et de la réalité physique de notre passé, de nouvelles méthodes d'information s'avèrent nécessaires

de nouvelles technologies à l'archéologie

L'orientation du projet va également dans le sens d'une intensification de la dimension économique et sociale qui comprend 3 volets principaux:

- Développement des activités économiques dans trois directions: tourisme culturel, urbanisme et bâtiment, technologies appliquées;
- Institution d'un cadre juridico-économique avec tous ses aspects réglementaires au niveau des pays avec proposition à un niveau global (européen);
- Communication en fonction des différentes cibles visées.

PHASE DE DÉMONSTRATION

Action n°1: Elle concerne l'utilisation, à titre d'exemple, d'applications des nouvelles technologies dans le domaine archéologique et culturel, des méthodes géophysiques pour la connaissance du sous-sol, en vue d'une protection du patrimoine qu'il peut contenir. Dans un premier temps, une étude scientifique et historique rassemble le maximum d'informations (géologiques, archéologiques, topographiques) sur le site prospecté. Puis, intervient l'équipe de géophysiciens qui procèdent, avec les archéologues, à leurs investigations sur le terrain à l'aide de radars (de 3 sortes: SIR system 2; EKKO 1000; RAMAC), d'un "quadripôle" électrostatique et d'un conductivimètre électromagnétique permettant d'effectuer simultanément des prospections horizontale et verticale à des profondeurs différentes variant de 2 à 10 mètres et d'obtenir ainsi des "profils" informatisés. En outre, chaque radar est muni de trois antennes différentes destinées à trois types de sous-sol différents, ce qui élargit les champs d'investigation et par suite, autorise la validation de la méthode géophysique appliquée.

Action n°2: Programme d'activités socio-économiques.

En tourisme culturel, des panneaux de grande dimension, à la fois attractifs et informatifs, ont annoncé et accompagné les prospections sur chacun des sites (sauf Athènes en attente d'autorisation). Mentionnant l'objet du projet, sa dimension européenne – avec référence à la Commission – et les autres partenaires, ils seront maintenus en place jusqu'à l'exécution des fouilles. Ils ont en quelque sorte une mission de promotion touristique, ce qui s'est trouvé confirmé par l'accroissement du nombre de visiteurs locaux et étrangers pendant la prospection.

Action n°3: Plan d'animation touristico-pédagogique.

Il est programmé pour se dérouler pendant toute la durée de la phase de fouilles sélectives. Des actions d'animation ont été organisées et pour certaines déjà réalisées à:

- Bastia avec une exposition permanente de photographies;
- Athènes pour la confection de brochures conjointes à partir de la page web précédemment réalisée et comme action de diffusion du projet;
- Cagliari avec des actions de formation plus dirigées vers les aspects pédagogiques;
- Gérone avec des vidéos et des visites guidées, animées par des guides professionnels tout le long d'itinéraires associant le religieux, le patrimoine médiéval et des spectacles musicaux axés sur la pierre et la percussion.

Action n°4: Communication.

Elle repose sur une campagne de diffusion dans la presse du contenu du projet PROGRESS et de ses premières réalisations. Plusieurs émissions sur des radios locales en Espagne et en France ainsi qu'un important reportage sur TV5 ont également contribué à assurer cette communication.

PÉRENNISATION

Elle doit se faire dans le cadre d'une large diffusion d'ordre scientifique et de vulgarisation afin d'enrichir et d'étendre l'expérience de PROGRESS, grâce notamment au multimédia et à d'autres sites.

CONTACT

Monsieur Joan PLUMA
Adjoint au Maire
Gérone
Responsable du Projet
Mairie de Gérone (Espagne)
tel: +34/972 41 90 09
fax: +34/972 41 94 01

Dr. Pere Freixas
Directeur du projet et du Musée
de la Mairie de Gérone
(Espagne)
tel: +34/972 22 22 29
fax: +34/972 41 90 16
Email: Gironinsti@arquired.es

Secrétariat information
à la Mairie de Gérone:
Mme Sandrine Victor
Tél: +34/972 41 13 76

PROMISE : Promouvoir les musées par les

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
PROMISE	Ville d'Anvers	Belgique – Portugal – Italie – Royaume-Uni – Finlande	Flandres – Porto – Sicile, Toscane – North East – Uusimaa	1 165 000	600 000

CONTEXTE

Le tourisme culturel forme une grande part de l'offre touristique en Europe et ce secteur jouit d'une croissance sans précédent. Cependant, s'il est clair qu'il faut encourager les visites renouvelées pour que l'Europe conserve sa part du marché mondial dans les années à venir, ces visites se concentrent habituellement dans les zones déjà surchargées de touristes. Par ailleurs, les villes petites et moyennes éprouvent de plus en plus de difficultés à rassembler les ressources qui leur permettraient de tirer le meilleur parti de leur potentiel culturel pour attirer les visiteurs. Le projet PROMISE constitue un moyen de traiter ce problème, par la création d'un musée virtuel sur l'internet et la réalisation d'un cédérom présentant une sélection du patrimoine culturel des villes participantes.

PARTENARIAT

- Anvers (Belgique), chef de file;
- Florence (Italie);
- Lecce (Italie);
- Newcastle (Royaume-Uni);
- Helsinki (Finlande);
- Weimar (Allemagne) et l'université du Bauhaus.

La ville d'Anvers occupe une position de pointe parmi les villes européennes en ce qui concerne la mise en œuvre des technologies de l'information mais elle bénéficie également de l'expérience acquise dans l'organisation d'événements d'envergure, ayant été Capitale Culturelle de l'Europe en 1993. Le partenariat est donc en position idéale pour valoriser l'expérience du chef de file. Le projet permettra aux partenaires d'expérimenter un type de promotion en commun qui pourrait aller au-delà du canal normal des agences pour atteindre de nouveaux publics telles que les écoles et le grand public. En outre, la stature des acteurs impliqués dans le partenariat doit garantir la qualité du projet.

OBJECTIFS

Le projet a pour objectif principal de promouvoir auprès d'un large public le patrimoine et les ressources culturelles des villes européennes de taille moyenne en exploitant les nouveaux réseaux et technologies de communications. Il cherche à susciter une politique commune et cohérente pour la promotion de ces villes au sein des grandes routes touristiques d'Europe. Le deuxième grand objectif concerne la mise sur pied d'un réseau pour l'échange des bonnes pratiques dans le domaine de la culture mais aussi pour développer et diffuser les identités locales et régionales tout en soulignant l'importance d'un patrimoine culturel commun.

CARACTÉRISTIQUES DE LA PHASE STRATÉGIQUE

Si le projet PROMISE est essentiellement axé sur la présentation des ressources culturelles des six partenaires, on ne peut cependant pas se contenter de recenser les trésors artistiques de chaque ville. Seule une approche cohérente et intégrée peut mettre en valeur leur unité culturelle. Par conséquent, un des premières actions menées devait identifier une matrice de thèmes (puis les liens entre les thèmes) afin d'établir le scénario et l'agencement du site web et du cédérom. L'expérience de la première phase du projet montre que pour obtenir des résultats, la communication entre les partenaires doit être basée sur l'efficacité et la confiance de manière à ce que chaque partenaire se sente également apprécié.

Le projet est en outre un bon exemple d'exercice d'équilibre entre les partenaires, puisque certaines villes participantes ont moins l'expérience de la conduite de projets tels que celui-ci, ne font pas partie des réseaux de villes d'envergure internationale et n'appréhendent que lentement tout le potentiel du partenariat. Ce projet a contribué à rassembler des villes ayant différents niveaux d'expérience et à bâtir un réseau solide.

E nouvelles technologies de l'information

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

Le séminaire-atelier tenu à Anvers en novembre 1997 est une étape très importante du projet car on y discute du concept de virtuel musée comme produit final. La réunion est l'occasion de présenter différentes possibilités de scénario mais aussi d'identifier les axes thématiques après une discussion franche sur les différences culturelles dans l'histoire de chaque partenaire. Diverses réunions ont lieu par la suite, pour élaborer le scénario et choisir à qui confier la réalisation du site web et du cédérom.

La sélection finale des thèmes par les partenaires a également eu lieu, et la collecte des documents s'est achevée vers la fin du mois de mai. La société qui réalisera la version pilote du site et du cédérom a été choisie par une procédure d'appel d'offres.

La dimension innovante du projet réside principalement dans la mise en œuvre des technologies de l'information comme vecteur pour la promotion des ressources culturelles de villes de taille moyenne, en exploitant l'attrait des présentations multimédias. Le projet favorise la demande directe du consommateur par les pages internet et par la distribution du cédérom dans le secteur du tourisme et les établissements d'enseignement. Il vise en outre un produit vraiment nouveau, car les brochures existantes n'encouragent généralement pas la découverte des villes de taille petite à moyenne. Autre avantage du projet PROMISE: paneuropéen par le contenu et localisé dans un site précis, il capte plus facilement l'intérêt et tous les participants utilisent une adresse unique sur l'internet. Actuellement, seuls les grands acteurs du marché arrivent à faire connaître l'adresse de leur site et les différentes villes européennes ne peuvent pas suivre à ce niveau. Cependant, un partenariat de villes comme le projet PROMISE permet de s'essayer à la construction d'un site présentant les villes sous différents angles, avec index multiples, regroupements, références croisées, etc. C'est un moyen efficace de mettre en valeur la richesse et la diversité de la culture européenne.

PÉRENNISATION DU PROJET

Le projet possède un grand potentiel de durabilité en termes de création d'emplois – indirectement par la promotion des ressources culturelles de villes petites et moyennes – mais aussi en termes de produit. À l'achèvement du projet, l'étape suivante consistera à en élargir la portée et à proposer cette plate-forme à d'autres villes européennes. À l'avenir, on pourra également étendre l'utilisation du cédérom aux écoles, offrant ainsi une nouvelle façon de se renseigner sur l'histoire des villes européennes. Du point de vue du partenariat, les participants moins expérimentés auront beaucoup appris sur les coopérations transnationales et se sentiront plus confiants pour coordonner la gestion des ressources culturelles au niveau local au moyen de nouveaux mécanismes plus flexibles.

Le projet favorise
la demande directe
du consommateur
par les pages internet
et par la distribution
du cédérom

► CONTACT

Secrétariat du projet
Eddy Cop, Head of European Affairs
Stad Antwerpen
Grote Markt, 1
B-2000 Antwerpen
Tel: +32 3 220 8588
Fax: +32 3 220 8585
E-mail: eurant.ec@antwerpen.be

Hugo Hermans, Advisor European
Affairs
Stad Antwerpen
Grote Markt, 1
B-2000 Antwerpen
Tel: +32 3 220 8697
Fax: +32 3 220 8585
E-mail: eurant.hh@antwerpen.be

Pro Vita Alpina: Vivre et survivre

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
Pro Vita Alpina EU	PRO VITA ALPINA	Autriche – Allemagne – Italie – France	Tyrol, Burgenland, Vallée de l'Ötztal – Thuringe – Sud-Tyrol, Trentin – Haute-Savoie	780 000	350 000

RAPPEL DU CONTEXTE

Partout en Europe, les régions rurales connaissent de grands problèmes économiques et sociaux (baisse de la production agricole, taux de chômage élevé, exode,...). L'objectif du projet est de trouver et de mettre à l'épreuve des interactions nouvelles entre les richesses culturelles du territoire rural et le développement économique. Il s'agit de valoriser l'identité locale et régionale à travers la mise en valeur du patrimoine rural typique, dans le domaine architectural, archéologique et artisanal (fermes, chalets d'alpage, auberges campagnardes, écoles rurales...) au moyen d'écomusées, de la création de lieux d'information, d'éducation et de formation permanente, de lieux de vente de produits régionaux et de tourisme doux et diffus. Par ailleurs, les données architecturales (patrimoine) des territoires retenus dans le contexte du projet font l'objet d'un traitement multimedia (CD Rom).

PARTENARIAT

- Pro Vita Alpina (Autriche);
- KUGA (Autriche);
- Heimatbund Thüringen (Allemagne);
- Haute-Savoie (France);
- Kulturverein Schnalstal (Italie);
- Institut Ladin Vigo di Fassa (Italie);
- Istituto Culturale Mocheno-Cimbro (Italie).

Le projet a créé un réseau permanent dans lequel tous les partenaires profitent directement des expériences des autres.

OBJECTIFS

- Valoriser l'identité locale à travers la mise en valeur du patrimoine rural, surtout dans le domaine architectural, archéologique et artisanal;
- Créer des musées ruraux (écomusées), des lieux d'information, d'éducation et de formation permanente, des lieux de vente de produits régionaux et de développement touristique;
- Créer un réseau multimédia permettant de présenter et d'échanger des données sur le patrimoine culturel;
- Transférer les compétences et le savoir-faire entre les différents partenaires en matière de valorisation des ressources culturelles à des fins de développement économique;
- Des recherches et des échanges scientifiques.

PRÉSENTATION DE L'ACTION ACQUIS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

Pour concrétiser leur coopération, les six partenaires du réseau ont adopté un projet commun, fondé sur la démarche de développement élaboré par les "écomusées" et qui repose sur:

- la création d'un réseau multimédia permettant d'échanger des données locales sur le patrimoine culturel;
- un transfert de compétences et de savoir-faire entre les différents partenaires en matière de valorisation des ressources culturelles à des fins de développement économique.

Sont ainsi développés:

- des activités multiculturelles de formation et de culture;
- la définition de principes pour le développement local;
- des échanges et recherches scientifiques d'accompagnement.

PHASE DE DÉMONSTRATION

a) Ecomusées régionaux et "routes archéologiques"

L'utilisation active des écomusées régionaux et des "routes archéologiques" pour le développement régional est un des éléments centraux du projet:

- en décembre 1997, le nouveau "Centre Multimédia d'Interprétation de l'Agriculture de Montagne" de l'écomusée de Haute-savoie (France) a été ouvert dans une fromagerie coopérative à Mieussy;
- de nouvelles "routes archéologiques" de la vallée Schnalstal (Tyrol du Sud/I) à la vallée Ötztal (Tyrol/A) sont en préparation et seront ouvertes en septembre 1998;
- tous les autres partenaires sont en train d'ouvrir ou d'étendre leurs musées régionaux selon les principes des écomusées modernes.

b) Présentation multimédia du patrimoine rural

- le nouveau "Centre d'Interprétation de l'Agriculture de Montagne" de Haute-Savoie (France) comprend un système multimédia d'information et d'animation développée en coopération avec le Heimatbund Thüringen (D);

Alpina

dans le territoire rural

- le Heimatbund Thüringen (D) développe un CD-ROM multimédia du patrimoine rural qui a été publié en décembre 97;
- l'Institut Ladin (Trentino/I) utilise un système d'archivage multimédia du patrimoine rural de la vallée;
- le partenaire Pro Vita Alpina (Tyrol/A) démarre l'installation des archives multimédias de la vallée.

c) Offres culturelles

dans des régions rurales multi-ethniques

Quatre des sept partenaires se trouvent dans des régions à la fois périphériques et multi-ethniques. Ici des offres culturelles sont doublement importantes pour le développement régional et pour la vie quotidienne des habitants, surtout des jeunes. Des activités innovantes et fortes sont proposées surtout dans la nouvelle maison inter-culturelle de l'éducation et de la culture "vieille école" de KUGA (Burgenland/A) qui fut ouverte fin mai 1997. Depuis, de nombreuses offres culturelles et éducatives ont été réalisées.

d) Etudes et publications sur la culture populaire comme moteur du développement régional

Les partenaires du projet ont fait des recherches et analyses sur différents aspects du thème (partiellement en coopération avec d'autres organisations):

- "La culture et le développement rural" (Pro Vita Alpina, Tyrol/A);
- "Identité locale, culture populaire et développement local" (Pro Vita Alpina, Tirol/A);
- "Les résultats socio-économiques des activités culturelles dans des régions multi-ethniques" (KUGA, Burgenland/A);
- "Valorisation du patrimoine rural au travers d'une architecture Internet-Bornes actives" (Haute-Savoie, France);
- "Les possibilités de la présentation multimédia du patrimoine rural" (Heimatbund Thüringen, D).

e) Rencontres, séminaires, séances

Plusieurs rencontres et séminaires sont organisés:

- "Culture populaire et tourisme";
- "Culture populaire en tant que moteur pour le développement durable dans les régions rurales";
- "Le rôle des femmes dans le développement rural";
- "Foire aux nouvelles idées";
- "Animation spéciale enfants".

PÉRENNISATION

Le projet pilote a formé un réseau durable entre les partenaires qui vont poursuivre leur collaboration principalement dans les domaines des multimédias et des écomusées. Les résultats pour le développement régional sont divers, mais déjà visibles. Chez tous les partenaires, le projet a créé ou a stabilisé des emplois et mobilisé des financements supplémentaires qui vont garantir la poursuite du travail après l'année 1998/99. Tous les partenaires, surtout les petites organisations, pourraient améliorer l'acceptation des autorités locales par leur collaboration dans le projet. Quelques exemples:

- Haute-Savoie (France): le nouveau "Centre Multimédia d'Interprétation de l'Agriculture de Montagne": travail stable;
- Institut Ladin (Italie) et Istituto culturale Mocheno-Cimbrio (Italie): les musées régionaux sont financés par l'administration régionale;
- KUGA (Autriche): le financement durable de la nouvelle maison inter-culturelle "vieille école" est assuré;
- Pro Vita Alpina (Autriche): les archives de la vallée Ötztal et l'Académie des Alpes seront financées par le Land Tyrol et le gouvernement.

Quatre des sept partenaires
se trouvent dans des régions
à la fois périphériques
et multi-ethniques

► CONTACT

Responsable du projet:

Dr. Hans HAID (Pro Vita Alpina, Tyrol/A)
"Roale" im Ventertal
Heiligkreuz, 8
A - 6450 SÖLDEN
Tél. +43-5254-2733
Fax +43-5254-27334

Coordinateur technique:

Dr. Burkhardt KOLBMÜLLER
(Heimatbund Thüringen, D)
Dorfstr. 19
D - 07426 BECHSTEDT
Tél. +49-36730-22709
Fax +49-3643-851117
E-mail Bkolbmue@t-online.de

REPPIS: Réseau des Pays de

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
REPPIS	Parc Naturel Régional du Lubéron	France – Grèce – Italie – Espagne	Provence Alpes Côte d'Azur – Epire – Pouilles – Baléares	849 000	500 000

CONTEXTE

La problématique du développement de régions méditerranéennes situées à l'écart des grands flux touristiques du littoral et des stations balnéaires, par les mêmes phénomènes d'exode rural, a été au centre des réflexions des partenaires réunis dans ce projet. Au cours de programmes précédents (Campus européens du patrimoine), ils ont pu mieux se connaître, échanger sur leurs difficultés et prendre conscience de leurs atouts. Ils ont remarqué que hormis des travaux universitaires historiques et ethnologiques et d'inégales opérations de réhabilitation sur les constructions en pierre sèche, un patrimoine qui leur est commun, peu d'actions avaient été entreprises pour les considérer comme facteur de cohésion et de dynamisme dans des programmes cohérents de valorisation économique et touristique. C'est à réaliser un tel programme qu'ils se sont attachés.

PARTENARIAT

- Le Parc Naturel du Lubéron (France) est la collectivité chef de file et l'initiateur du projet. Elle a donné un mandat général de suivi et de réalisation du programme à deux agences spécialisées: l'APARE qui est une association impliquée dans la connaissance et la protection de l'environnement dans les régions méditerranéennes et PAY-SAGES, organisme technique qui intervient par des études et des chantiers dans la restauration du patrimoine;
- Le Conseil Insulaire de Majorque (Baléares, Espagne) qui a donné mandat à la FODESMA, agence de développement de l'île;
- La région de l'Epire (Grèce) qui agit par l'intermédiaire de la Société pour le développement de Zagori;
- La commune de Corsano dans la région des Pouilles (Italie).

Chacun de ces partenaires fait appel en tant que de besoin, aux ressources d'autres acteurs spécialisés.

OBJECTIFS

Le Parc Naturel régional du Lubéron, en Provence, dont l'emblème est une borie (construction traditionnelle en pierre sèche) a souhaité réunir des régions méditerranéennes dans lesquelles ce procédé de construction, qui remonte à un lointain passé, est un symbole identitaire hautement revendiqué par les populations en même temps qu'il attire par sa beauté et son mystère un grand nombre de touristes. Si ces constructions sont indissociables du paysage de ces régions, la conscience de la nécessité de leur protection est diversement partagée. L'idée de les intégrer dans une perspective de développement territorial y est, de même, peu répandue. C'est ce double défi qu'ont voulu relever les quatre partenaires: mettre en commun leurs compétences et leurs expériences pour organiser un développement économique intégré centré sur la connaissance, la sauvegarde et la valorisation du patrimoine en pierre sèche.

PRÉSENTATION DE L'ACTION ACQUIS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

Le programme entend mettre en place une charte de développement local des pays de pierre sèche auquel chacun des partenaires pourrait se référer dans ses actions locales. Le contenu de cette charte est le produit des échanges de savoir-faire, de transferts d'expériences dans toute une série de domaines. On mentionnera d'abord la question de la formation des artisans aux techniques de construction en pierre sèche, savoir rare et presque disparu, sauf à Majorque où une expérience de formation d'apprentis, souvent des jeunes en situation d'exclusion, est en cours. Cette expérience sert de référence pour les autres partenaires. Ensuite, il s'agit d'organiser rationnellement des produits touristiques spécifiques à ce type de patrimoine (routes, chantiers ouverts au public) et de lancer des campagnes d'information et communication. Enfin, il importe de sensibiliser les autorités politiques et administratives à l'intérêt de ce patrimoine menacé par les procédés constructifs modernes (soutènements des routes), à sa valeur identitaire et à ses potentialités économiques. Les partenaires sont attentifs à la pérennité de leurs actions, c'est pourquoi l'élaboration d'un plan local de développement économique et culturel à long terme doit prouver l'efficacité et la rentabilité des propositions retenues au cours du programme.

Pierre Sèche

PHASE DE DÉMONSTRATION

- a) Dans l'île de Majorque, plusieurs chantiers ont été ouverts (réhabilitation d'un lavoir, reconstitution de chemins, aménagement d'un gîte d'étape). La particularité de ces chantiers est qu'ils sont entrepris dans la perspective de former dans des "escuelataller" de jeunes apprentis en situation de recherche d'emploi au métier spécialisé de maçon de pierre sèche. La formation a un contenu théorique et une partie pratique; elle est supervisée par la FODESMA. Parallèlement, cet organisme établit une cartographie et divers documents publics destinés aux communes de l'île et aux visiteurs. Les partenaires du projet étudient cette initiative dans le but de s'en inspirer sur leurs sites.
- b) L'action entreprise dans le Parc du Lubéron consiste à redécouvrir le patrimoine de pierre sèche, notamment les murs de soutènement des chemins (recherche des tracés, évaluation de leur état, planification des travaux de réhabilitation). Compte tenu des menaces qui pèsent sur ce patrimoine, il s'agit de démontrer aux élus locaux et responsables administratifs que ces ouvrages de grande qualité technique doivent être préservés et entretenus. Dans ce but, un atelier en plein air ouvert au public et fonctionnant comme un "conservatoire" des savoir-faire et des métiers est mis en place. Les spécialistes de l'agence PAYSAGES établissent également des documents rassemblant les données techniques de portée générale.
- c) Les chemins étroits qui relient la Commune de Corsano au littoral (5 à 8 km) avec leurs fontaines, puits, "caselle" et "trulli", sont peu entretenus. Pour les remettre en état, il faut convaincre la population locale qu'elle dispose là d'un patrimoine ethnologique et matériel d'un grand intérêt. Outre cet aspect de communication et de mobilisation locales, une réflexion sur la valorisation est entreprise qui s'inspire des expériences des Baléares et du Lubéron.

d) Le Zagori dans l'Épire oriente son développement touristique à partir de la valorisation d'un paysage de montagne préservé. La pierre sèche utilisée pour les murs, ponts, terrasses, chemins, fontaines, contribue à la spécificité de ce paysage. Il nécessite cependant des travaux et un aménagement par des artisans locaux. Il s'agit de remettre en état les sentiers de randonnée, de les signaler, d'offrir des gîtes d'étapes. Des maçons, des guides, des aubergistes et des professionnels du tourisme participent ensemble à cette action.

e) Chacune de ces opérations donne lieu à un plan de développement économique et culturel élaboré par les divers acteurs participant au projet. Ce document débute par un diagnostic du territoire, recense les orientations et objectifs des actions en cours sous forme de fiches didactiques, et indique les formes et actions de communication choisies. Il présente également les types de transferts réalisés dans le cadre du partenariat du réseau.

PÉRENNISATION

L'avenir du projet REPPIS tient au caractère même de ce programme. Celui-ci s'enracine dans des rapports anciens entre certains partenaires que l'action présente consolide. La thématique choisie fait appel aux notions de protection et mise en valeur d'un patrimoine. Elle insiste particulièrement sur sa valorisation touristique dans des sites à l'écart des grands circuits. L'accent particulier mis sur la "redécouverte" d'anciens métiers, sur la mobilisation de la population et sur la sensibilisation des décideurs locaux est de nature à provoquer une prise de conscience générale d'où s'ensuivra une meilleure protection du patrimoine et des aides publiques pour favoriser le développement local.

CONTACT

Parc naturel régional du Lubéron
60, Place Jean-Jaurès, BP. 122
84404 APT cedex FRANCE

Jean-Baptiste LANASPEZE,
chef de projet à l'APARE
41, Cours Jean-Jaurès,
84 000 AVIGNON FRANCE
tel: +33 (0)490855115
Fax: +33 (0)490868219

REVA: Réseau Européen entre

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
REVA	Comune di Montesarchio (BN)	Italie – Royaume-Uni – Portugal – Espagne – Grèce	Campanie – Northumberland – Alentejo – Castilla y Leon – Thrace	857 145	500 000

RAPPEL DU CONTEXTE

Le projet a pour but de promouvoir une coopération inter-régionale décentralisée reposant sur l'activité d'un réseau coordonné et synergique de petites villes archéologiques européennes disposant d'un remarquable patrimoine archéologique à développer et qui représente une partie unique mais peu connue de l'histoire européenne et mondiale.

PARTENARIAT

La commune de Montesarchio (Italie) est l'initiatrice du projet avec des:

- Partenaires publics:
Câmara Municipal de Mertola (Portugal);
Ville de Didymoteichon (Grèce);
Company for the Development of the Didymoteichon Region (Grèce);
Amministrazione Provinciale di Campobasso - Région Molise (Italie);
- Partenaires privés:
Campo Archeologico de Mertola (Portugal);
Associação de defesa do patrimonio de Mertola (Portugal);
TraviSud Prefabbricati S.p.A. et Effe Prefabbricati S.p.A. (Italie).

OBJECTIFS

- Favoriser la coopération inter-régionale décentralisée, en formalisant et en activant un réseau coordonné et synergique d'entités locales qui aient un patrimoine archéologique d'histoire européenne et mondiale à valoriser;
- Mettre en commun (dans une optique d'échanges d'expériences) des moyens, instruments et ressources permettant d'accroître l'emploi et la connaissance de ces patrimoines archéologiques, en améliorant et en valorisant les services et les structures existantes et en favorisant l'accès à la dimension européenne.

Les objectifs spécifiques correspondants visent à:

- obtenir une meilleure compréhension des caractéristiques du patrimoine archéologique et culturel local en tant que support de développement;
- récupérer des métiers traditionnels liés à la valorisation des thèmes culturels et archéologiques traités, pour contribuer à la revitalisation et à l'animation des zones du réseau à travers le transfert et la mise en commun des méthodologies et des savoir-faire;
- échange de know how et de méthodologies en vue de relancer l'économie, d'appuyer les politiques de création d'emplois dans le domaine archéologique, de l'artisanat et des services locaux, et à rompre l'isolement des zones partenaires.

PRÉSENTATION DE L'ACTION:

- procéder à une recherche aussi exhaustive que possible des éléments de patrimoine local susceptibles de faire ultérieurement l'objet d'une exploitation archéologique et touristique et de présenter un intérêt au plan socio-économique;
- analyser et évaluer la potentialité culturelle des éléments collectés en recourant aux compétences historiques et archéologiques nécessaires; procéder de manière analogue pour les potentialités touristiques et artisanales;
- établir des fiches archéologiques pour chaque élément de patrimoine répertorié qui serviront de base pour l'élaboration des "cartes archéologiques" et de données pour l'Observatoire;
- élaborer pour chaque site-partenaire une "carte archéologique";
- réaliser dans chaque site un musée diffus – MUDI, siège d'un Observatoire Archéologique;
- procéder à l'informatisation du réseau, aussi bien pour la communication des partenaires entre eux que pour la saisie informatique des données archéologiques et touristiques (hardware et software);

petites Villes Archéologiques

- créer le CECA – Club européen des Villes Archéologiques – en vue de mettre en place la promotion de la culture au niveau européen;
- créer des Laboratoires-Ecoles pour susciter de nouvelles compétences, de nouvelles spécialités d'entreprises et pour diffuser les productions de pays.

Six de ces étapes sont engagées, voire pour certaines terminées.

PHASE DE DÉMONSTRATION

Action n°1: Constitution des fiches archéologiques: un modèle de fiche a été mis au point à partir de quelques exemples empruntés à chaque pays.

Cette modélisation facilite la saisie informatique des fiches établies concernant:

- plusieurs dizaines de pièces archéologiques d'origine grecque, étrusque, punique et romaine;
- des murs, des chapelles, des villas, des cimetières, des couvents, des tours, des castels qui peuvent dater d'une époque plus récente et que l'on trouve en grand nombre au Portugal et en Grèce.

Action n°2: Les fiches servent de base à la constitution de "cartes archéologiques": en panneaux de 2m sur 3m et sur CD ROM et en couverture sur les dépliants.

Action n°3: Le musée diffus et l'observatoire archéologique. Trois des quatre sites ont maintenant leur "musée diffus".

A Montesarchio comme à Mertola, le siège de l'Observatoire Archéologique est installé dans le musée diffus qui est muni du matériel informatique nécessaire à la saisie de l'ensemble des données archéologiques, socio-économiques et touristiques. Didymoteichon a installé le sien dans une maison traditionnelle du XIX^e siècle, l'ex-hôtel particulier Athanassiadis.

Action n°4: Mise en œuvre du software.

- la réalisation d'une architecture Internet/Intranet, nécessaire à la saisie des données et à la communication entre les membres du réseau et ultérieurement du CECA (Club Européen des Villes Archéologiques, dont la constitution est prévue dans le projet.);
- la création d'un archivage archéologique structuré pour les besoins du projet, d'un archivage touristique et culturel ainsi que d'un archivage pour les projets, les techniques et méthodologies de restauration du patrimoine archéologique – c'est à dire la création de la banque de données;
- la réalisation d'une application qui permette l'entrée de données de n'importe quelle ville d'Europe;
- la possibilité d'intégrer différentes zones géographiques;
- l'utilisation d'une procédure modulaire pour la prise en compte des besoins futurs du réseau.

Pour sa réalisation, le choix d'Internet ainsi que celui du système Lotus Notes qui répond à l'intégralité de ces objectifs ont été retenus.

PÉRENNISATION

Elle doit se faire dans le cadre du futur Club européen des Villes Archéologiques (CECA).

plusieurs dizaines
de sites
archéologiques
grecque,
étrusque, punique
et romaine

CONTACT

M. Enrico STRIANI

Maire Dott.
Responsable du Projet
Montesarchio - Italie
tél: +39 0824/8921 11
fax: +39 0824/8922 90

Mme Marina CASTALDINI

Coordinateur du projet
et Directeur technique
tél: +39 0524 573 737
fax: +39 0524 573 833
e-mail: sinerghia@polaris.it

REVEIL: Réseau Européen de

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
REVEIL	Conseil Général de la Dordogne	France – Grèce – Espagne	Aquitaine, Dordogne – Macédoine Orientale & Thrace – Gipuskoa	900 000	450 000

RAPPEL DU CONTEXTE

La Dordogne, Xanthi et Zerain sont des territoires ruraux aujourd'hui confrontés à la nécessité de créer de nouvelles activités et de nouveaux emplois et de freiner l'effet de phénomènes d'exode ou de vieillissement qui affaiblissent leur dynamisme.

Or ces territoires ont connu ou connaissent encore – mais dans une faible mesure – des activités industrielles: une industrie sidérurgique à partir du charbon de bois et de l'énergie hydraulique; la culture du tabac et les mines. Même si ces activités sont différentes les unes des autres, elles ont en commun d'avoir contribué à former l'identité de ces territoires en y développant des activités, des cultures et un patrimoine dont la rénovation comme l'animation peuvent aujourd'hui donner lieu à des activités culturelles et touristiques. Relever ce défi est difficile: il passe par des opérations de rénovation et il implique que de nouvelles pratiques soient créées autour de ces monuments.

PARTENARIAT

- Initiateur du projet: Conseil Général de la Dordogne (France);
- Second partenaire: Ville de Xanthi (Grèce);
- Troisième partenaire: Deputación Foral de Gipuzkoa (Espagne).

OBJECTIF

Le projet a pour objectif de montrer comment l'existence d'un patrimoine industriel en milieu rural peut y créer des activités et y matérialiser de nouveaux emplois. Le principe d'un tel développement résidant pour l'essentiel dans le tourisme qui peut se créer ou se développer autour de ces sites, le projet a pour objet de définir et de développer les services qui peuvent être offerts aux touristes à partir de la mobilisation d'un patrimoine typiquement industriel, de les analyser et de proposer la diffusion de ceux qui apparaissent les plus pertinents.

Comme l'organisation de ces services n'est pas indépendante de la manière dont ces sites sont rénovés, et que les opérations de rénovation elles-mêmes peuvent exiger des périodes de temps assez longues, la rénovation du site sera utilisée pour sensibiliser les populations locales à l'utilisation de tels sites et créer de nouvelles pratiques touristiques.

PRÉSENTATION DE L'ACTION ACQUIS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

La nature du projet a d'abord conduit à faire de cette première phase stratégique une phase de mise en commun des ressources techniques pour l'aménagement de sites, et de réflexions sur leur utilisation.

Le premier résultat a trait aux différents aménagements des sites. Même si les travaux de rénovation de base sont pris en charge par les autorités locales, il était important que chacun des territoires bénéficie des expériences en cours chez les autres. Cet échange n'était pas seulement d'ordre technique puisqu'il fallait envisager ces aménagements sous l'angle des pratiques et des usages qui pourraient en être faits par les populations locales comme par les touristes. Cette phase a-t-elle permis de finaliser le sentier de découverte de Savignac-Lédrier, de terminer les aménagements de sécurité et paysagers des mines de Zerain et de réaliser les accès de la manufacture de tabac de Xanthi?

Le second acquis réside dans la définition conjointe des services à mettre en œuvre. Cette approche a été réalisée en prenant en considération deux éléments: le fait que ces rénovations sont longues et plus lentes que prévues, ce qui explique que ces services soient envisagés au cours de l'aménagement des sites autant qu'à leur terme; le fait qu'il existe plusieurs utilisateurs possibles du patrimoine industriel: les populations locales comme les touristes extérieurs à la zone.

Valorisation Economique de l'Histoire Industrielle en Milieu Rural

PHASE DE DÉMONSTRATION

Les échanges intervenus au cours de la phase stratégique ont permis de dégager un certain nombre de modes de valorisation du patrimoine industriel. Ils sont actuellement mis en place, et les trois colloques prévus permettront de les évaluer et le cas échéant de recommander leur utilisation à ceux qui sont en charge de sites du même type.

Sur le site de Savignac-Lédrier, l'essentiel de l'innovation portera dans un premier temps sur l'ouverture du sentier paysager et la mise en place de classes de patrimoine scolaires, les utilisations touristiques "standards" étant prévues plutôt dans un second temps au moment où l'aménagement du site sera définitivement achevé. La mise en place du sentier paysager est particulièrement importante car elle permettra d'intéresser à cette forme de patrimoine non seulement ceux qui viennent y chercher des références ou une mémoire mais aussi ceux qui effectuent des parcours de découverte de la nature ou des milieux locaux et qui, sur la durée de leur parcours, auront donc la possibilité de s'approprier ce patrimoine industriel.

Sur le site de Xanthi, il s'agit d'utiliser le bâtiment rénové de la manufacture de tabac pour en faire un centre culturel: ce sera à la fois un lieu de rencontre pour les habitants de la commune et un lieu de référence pour en comprendre l'histoire et l'identité: en effet, un musée du tabac sera aussi installé dans ce lieu. Ce mode d'utilisation du patrimoine industriel est intéressant car il tranche avec la vision traditionnelle des sites patrimoniaux qui consiste plutôt à jouer sur l'attraction de touristes externes à la zone que de personnes vivant à proximité du site.

Cette même logique d'attraction des populations locales sur un lieu fort de leur histoire est mise en œuvre sur le site de Zerain. Mais c'est l'environnement des mines qui fait l'objet d'un aménagement plutôt que les mines elles-mêmes. Le patrimoine est surtout envisagé ici comme un lieu de promenade et de visite, d'où l'importance donnée aux conditions d'accès. Les actions de sensibilisation des populations locales à ce nouveau lieu ont déjà été engagées et les résultats sont positifs.

PÉRENNISATION

Ces actions s'inscrivent dans une perspective de long terme en jouant à la fois sur l'attraction de flux de touristes externes et sur leur valorisation au profit des populations locales: il n'y a aucune raison pour que de telles actions, souvent appuyées sur des investissements lourds, s'arrêtent, quitte à prendre en considération les résultats des colloques d'évaluation.

En outre, elles peuvent inspirer les territoires ruraux aujourd'hui à la recherche de nouvelles activités et de nouveaux emplois. Il leur faut en effet dépasser une vision simpliste du tourisme rural et y intégrer les références culturelles et patrimoniales de plus en plus demandées par les touristes.

Les résultats de ce projet ne peuvent donc qu'être durables.

Il faut en effet dépasser une vision simpliste du tourisme rural et y intégrer les références culturelles et patrimoniales

► CONTACT

Mr. Marc Bécret
responsable du Service
des Affaires Européennes
Conseil général de la Dordogne
2 rue Paul-Louis Courier
24019 Périgueux CEDEX France
Tel.: +33.5.53.02.48.05
Fax: +33.5.53.02.48.07

SANVERAL NETWORK – Préserver

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
SANVERAL	Municipalité de Veria	Grèce – Portugal – Italie	Imathia – Ribatejo – Puglia	666 667	500 000

RAPPEL DU CONTEXTE

Conscientes du fait que la réhabilitation du patrimoine architectural des centres historiques urbains dégradés peut constituer pour des villes de culture un puissant vecteur de développement touristique, économique, de lutte contre le chômage, de formation..., les villes de Santarem, Veria et Alberobello ont créé le réseau Sanveral pour expérimenter des programmes innovants dans ce domaine.

PARTENARIAT

Le partenariat du projet fonctionne autour de 2 groupes importants:

- les responsables politiques des 3 villes: la Ville de Veria en étant le leader; la Ville de Santarem; la Ville d'Alberobello.
- Le Comité Scientifique International (C.S.I.): qui a pour rôle de superviser, d'évaluer et de diffuser les résultats par le biais de publications, de l'organisation d'ateliers, de séminaires et de conférences.

OBJECTIFS

- Entreprendre des actions en relation avec la préservation et la restauration du patrimoine culturel afin de stimuler la croissance économique. Plusieurs projets sont planifiés afin de restaurer d'importants bâtiments ou sites protégés au niveau architectural ou historique afin de former des ouvriers non-spécialisés aux procédés techniques traditionnels;
- Entreprendre des actions visant à réunir et à transférer le savoir-faire acquis en utilisant les nouvelles technologies de communication et d'information;
- Créer un impact sur l'environnement, le développement économique, social, culturel, le tourisme, les transports, ...

PRÉSENTATION DE L'ACTION ACQUIS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

Chaque partenaire s'est mobilisé sur la restauration ou la réhabilitation d'un bâtiment ou d'un site culturel (maison traditionnelle "Beka" pour la Ville de Veria, la Tour de l'Horloge pour Santarem et la rue "Via Monte San Marco et San Sabotino" pour Alberobello) entrant dans le cadre de la sauvegarde de son patrimoine architectural.

Grâce à une étude des techniques traditionnelles de construction effectuées par le C.S.I. visant à stimuler la création culturelle contemporaine, de nombreux postes ont pu ainsi être créés dans le secteur du bâtiment s'adressant à des chômeurs non qualifiés (de moins de 25 ans et de plus de 55 ans), formés sur les procédés techniques du bois et de la pierre. Ce savoir-faire, mis en valeur par la technologie des multimédias et par un équipement connexe (CD-ROMs, etc.), est disponible et transférable pour d'autres cas semblables de collectivités territoriales européennes et constitue la plus-value communautaire.

Nous pouvons noter que les résultats sont plutôt positifs pour les 3 partenaires ayant dû faire face à des problèmes d'ordre administratif durant l'évolution du projet et ayant mené des actions qui ont permis la relance de l'économie locale en encourageant l'initiative privée et en stimulant le secteur commercial (hôtels, restaurants, etc.) et artisanal.

AL

le patrimoine architectural

PHASE DE DÉMONSTRATION

- Ville de Santarem: études et recherches sur la qualité du revêtement de la Tour de l'Horloge. Le projet se concentre sur la nécessité de renforcer la structure de la Tour mais aussi de la protéger des intempéries. L'intervention de l'opinion publique et des Services des Monuments Historiques sur la qualité du revêtement a stimulé la ville de Santarem à faire des recherches poussées (en collaboration avec le Comité Scientifique International) sur la consistance d'un enduit se rapprochant le plus de la méthode traditionnelle (non documentée) de l'époque.
- Ville de Veria: création d'emplois dans le secteur du bâtiment et formation sur les procédés techniques traditionnels du travail du bois et de la pierre. Des chômeurs de moins de 25 ans et de plus de 55 ans non qualifiés ont été formés sur des procédés techniques traditionnels, en voie de perte, du travail du bois et de la pierre. Cette formation leur ouvrira des perspectives d'emploi à long terme mais aussi au titre d'indépendant du secteur privé en développement dans la région.
- Ville d'Alberobello: action de repavage de la "Via Monte Sabotino" du quartier résidentiel de Monti et de tirage de lignes TELECOM et ENEL. La restauration de la "Via Monte Sabotino" prévue dans le cadre du projet SANVERAL, c'est-à-dire, son repavage et le tirage de lignes TELECOM et ENEL a suscité un enthousiasme fantastique auprès de l'administration de la ville et parmi les privés et a conduit à la réhabilitation des autres parties du quartier devenues touristiques, moins résidentielles et laissant place aux commerces et boutiques touristiques.
- Les 3 villes partenaires sont réunies autour du Comité Scientifique International qui assure le transfert d'approches interrégionales. Le transfert de savoir-faire de techniques particulières et traditionnelles en matière de restauration (bois, pierre, peinture, enduit, etc.) est effectué, sous la forme d'un CD-ROM, par des professeurs d'Universités grecques, italiennes et portugaises, membres du Comité Scientifique. Le point fort du projet et de la dissémination de son information est l'étroite collaboration des partenaires avec les professeurs, les citoyens et les entreprises et voir même les autorités locales. Cette méthode de transfert de l'information au public, qui se concrétisera par ailleurs aussi par la création d'une page Web sur Internet a pour conséquence positive un effet multiplicateur entraînant d'autres investissements liés à la sauvegarde du patrimoine culturel des 3 villes communautaires en question.

PÉRENNISATION

Les perspectives de pérennisation de l'initiative de chacun des partenaires du réseau, au terme du projet pilote, sont plutôt encourageantes. Selon les résultats positifs escomptés et déjà vérifiés des actions du projet, il a été noté que l'effet multiplicateur des initiatives et la redynamisation des entreprises privées locales avaient même donné un nouveau visage aux trois villes partenaires.

En terme d'impact du projet sur l'environnement, c'est-à-dire sur le développement économique (installations de commerces, boutiques d'artisanat et touristiques, hôtels, restaurants, etc.), social (relance de l'emploi local) et culturel (comprenant le tourisme culturel, les transports, etc.), tout laisse à croire que les résultats du projet seront plutôt durables, encourageant par ailleurs la poursuite et l'élargissement du partenariat dans d'autres voies, à savoir dans les programmes RAPHAEL, développement culturel, etc. sur lesquels se préparent déjà de nouveaux projets communs.

Il n'est pas à croire que les résultats du projet seront plutôt durables

► CONTACT

VILLE DE VERIA
Mme Elli VLAHOPOULOU
M. Yiannis HASSIOTIS
Responsable et Maire de Veria
Mme Pinelopi TELLIDOU
Responsable financière
38 rue Mitropoleos
59100 Veria (Grèce)
Tél.: +30331 66776
Fax: +30331 22330
E-mail: veroia@culture.gr

STRATCULT: stratégies culturelles

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
STRATCULT	Câmara Municipal de Evora	Portugal – Grèce – Espagne – Danemark – Allemagne – Suède	Alentejo – Sterea Ellada – Catalunya – Copenhague – Rheinland Pfalz – Ostergotland	875 000	560 000

CONTEXTE

Il s'agit principalement d'explorer le domaine culturel en tant qu'outil de développement de chaque ville. Un outil mettant en valeur le patrimoine culturel et sa spécificité, mais aussi un moyen de créer des emplois et de renforcer le potentiel d'attraction des villes moyennes. Cette exploration passe par des plans de stratégie culturelle qui seront mis en œuvre dans un avenir proche, ainsi que par l'analyse des résultats de deux projets pilotes d'animation socioculturelle.

L'un d'eux a pour objet la revitalisation d'un quartier traditionnel d'Evora par la création d'un "Centre-musée de métrologie", servant de foyer pour dynamiser la vie sociale, économique et culturelle du quartier.

L'autre projet pilote, porté par Lamia, concerne la promotion de la musique dans la vie culturelle de la ville par l'intermédiaire d'un atelier d'apprentissage pour la fabrication d'instruments de musique traditionnels.

PARTENARIAT

Les partenaires de ce projet sont 6 villes et plusieurs autres entités publiques et privées. Tous sont des acteurs importants dans le développement du projet et les échanges d'expériences et de savoir-faire sont essentiels. Le nombre de partenaires augmente avec le temps. Les initiateurs sont:

- Partenariat public:
 - Câmara Municipal de Evora, chef de file (Portugal);
 - Université d'Evora, régional (Portugal);
 - Paroisse de S. Mamede, local (Portugal);
 - Municipalité de Lamia, local (Grèce);
 - Académie de musique de Lamia, régional (Grèce);
 - Linköping Kommun, local (Suède);
 - Roskilde Kommun, local (Danemark);
 - Stadt Speyer, local (Allemagne);
 - Ayuntamiento de Tarragona, local (Espagne).
- Partenariat privé:
 - Centro Dramático de Evora, association (Portugal);
 - Grupo Des. Recr. S. Mamede, association (Portugal);
 - Unesul, entreprise (Portugal).

OBJECTIFS

Fournir à chaque ville les instruments, le savoir-faire et l'expérience pratique qui peuvent aider à:

- la formulation d'une politique de la ville en tant qu'élément d'une stratégie globale de développement;
- la revitalisation du tissu urbain comme catalyseur pour la rénovation physique et environnementale, la capacité d'attirer visiteurs et capitaux, la création d'emplois et l'amélioration du profil et de l'image de la ville;
- la définition d'une "commercialisation géographique" pour chaque ville pour en affirmer l'identité culturelle par rapport aux grandes villes et de l'Europe;
- la sélection de domaines clés pour élaborer des produits culturels dans les villes de taille moyenne.

Ces objectifs figureront dans un "guide des stratégies culturelles pour les villes de taille moyenne" qui servira d'ouvrage de référence pour les acteurs chargés de la planification et de la gestion de la vie culturelle urbaine.

PRÉSENTATION DE L'ACTION CARACTÉRISTIQUES DE LA PHASE STRATÉGIQUE

La définition de la stratégie en est actuellement au stade final. Les partenaires se sont mis d'accord pour préciser le programme initial comme suit:

Plans culturels stratégiques: une méthodologie est définie pour fournir un cadre commun à leur élaboration. Simultanément, on réalise un diagnostic de la vie culturelle de chaque partenaire, des principaux agents et des domaines d'intervention. Les plans sont abordés à différents niveaux de manière à donner un large éventail d'options au futur guide méthodologique.

Projets pilotes: les deux projets doivent être conduits et supervisés de manière à permettre une évaluation précise de leur impact sur l'emploi et l'extension de leur aire d'influence.

UULT

dans la ville

Quatre petites actions: non prévues au départ, ces actions visent à donner une bonne visibilité au projet dans les villes partenaires. Pour ceux qui élaborent des plans culturels stratégiques, ces actions s'inscrivent dans un domaine spécifique présentant un intérêt majeur pour la ville.

Jusqu'à présent, la phase stratégique confirme les orientations du projet en ce qui concerne le potentiel de la culture dans le développement des villes de taille moyenne. Quant aux projets pilotes, leur impact local n'est pas encore mesuré, les installations n'ayant été achevées que récemment.

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

Stratcult est aujourd'hui bien engagé dans la démonstration de ce qui suit: le domaine de la culture recèle d'importantes opportunités de développement pour les villes de taille moyenne. Afin d'en tirer le meilleur profit, des instruments tels que les plans culturels stratégiques sont une nécessité. Ces plans coordonnent les principales actions à mener pour mettre en valeur les spécificités positives et remédier au manque de locaux ou d'activités. Ce sont des instruments de participation puissants, que l'on peut utiliser dans des territoires ou secteurs d'activités plus ou moins importants.

Stratcult élabore un plan au niveau régional, impliquant plus d'une ville (Linköping), un autre intégré dans une stratégie de développement urbain (Speyer), deux autres en tant que plans stratégiques d'une ville spécifique (Evora et Lamia) et enfin un plan stratégique destiné aux jeunes (Roskilde). Ces plans suivent une méthodologie semblable, même si chacun peut – et doit – adopter des orientations différentes, si elles conviennent mieux à la situation.

PÉRENNISATION DU PROJET

Le projet a différents types de produits.

En ce qui concerne les plans culturels stratégiques, il est très probable qu'ils durent pendant longtemps. De plus, avec le futur guide pour la planification des stratégies culturelles, l'utilité du projet devrait largement dépasser le cadre des seules villes participantes.

Les deux projets pilotes locaux devraient également durer longtemps même si on ne voit pas encore ce qui sera nécessaire pour les transformer en projets durables autonomes. Les actions locales ont des objectifs différents. Deux d'entre elles n'ont clairement aucune visée de perpétuation (Roskilde et Speyer) mais auront probablement des effets à long terme. Les deux autres (Linköping et Tarragona) peuvent avoir des effets très durables et facilement assurer leur perpétuation.

Le domaine de la culture recèle d'importantes opportunités de développement pour les villes de taille moyenne

► CONTACT

M. José Guerreiro
Chef des services
Câmara Municipal de Evora
Praça do Sertório
7000 – Evora
Portugal
T +351/66/24106-24105-27000
F +351/66/22950
E-mail: cme.dpri@mail.evoranet.pt

TOSCA: Réseau européen du patrimoine

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
TOSCA	L'Académie de Civilisation et de Cultures Européennes (ACCE)	France – Irlande – Italie – Allemagne – Espagne	Pays de la Loire – Wexford – Campanie, Vénétie – Berlin – Catalunya	835 000	500 000

CONTEXTE

Les théâtres lyriques européens et leur splendide architecture sont souvent un des seuls témoins authentiques de l'histoire de petites comme de grandes villes. Les habitants de ces villes aiment le patrimoine culturel qu'ils représentent. Cependant, ces bâtiments présentent des problèmes particuliers sur le plan de la sécurité. Comme le montre l'incendie qui a ravagé la Fenice de Venise, tout manquement dans ce domaine peut avoir des conséquences catastrophiques. La liste des opéras détruits par le feu est immense et même en cas de reconstruction, le résultat est souvent mitigé. Quel genre de mesures préventives un opéra peut-il prendre pour éviter les désastres qui se sont produits ailleurs? Comment peut-on garantir la sécurité du public à tout moment? Telles sont les questions au cœur du réseau de Tosca.

PARTENARIAT

- L'Académie de Civilisation et de Cultures Européennes (France), chef de file;
- le Wexford Festival Opera et le County Council de Wexford (Irlande);
- la ville de Venise et le Teatro La Fenice (Italie);
- le Deutsche Staatsopera et le Land de Berlin (Allemagne);
- le Gran Teatro Del Liceu de Barcelone et la Région de Catalogne (Espagne);
- le Teatro San Carlo et la ville de Naples (Italie);
- l'Opéra et la ville de Nantes (France).

Certains des opéras partenaires ont été récemment touchés par le feu et dans leur cas, la participation au réseau est un moyen de faire face aux conséquences de l'accident. Elle permet aussi d'aider les autres à identifier les mesures préventives les plus urgentes pour éviter pareille expérience. La valeur du partenariat est double: adopter d'abord un système commun de sécurité de sorte qu'à l'avenir tous les opéras en Europe puissent coopérer plus efficacement dans l'échange de productions et ensuite imaginer des moyens originaux pour conserver des compétences professionnelles qui risquent de disparaître.

OBJECTIFS

Le projet organise le premier réseau associant six opéras autour de questions de sécurité et de conservation des bâtiments comme du patrimoine culturel que représente l'opéra en général. Le réseau, aidé par une équipe d'experts dans chaque domaine de sécurité, travaille à la création d'un site internet spécial pour fournir des conseils à tous les opéras d'Europe en matière de sécurité. Le site sera divisé en différents sujets, tels que les caractéristiques techniques des bâtiments, un répertoire de tous les opéras européens avec la description de leur architecture, un glossaire technique, une banque de données des normes de sécurité en matière de prévention du feu et une section sur la formation. Le projet entend également mener un audit des ouvriers et des métiers impliqués dans la production d'un opéra, y compris la création des décors, et en permettre la consultation par tous les théâtres lyriques d'Europe.

architectural des opéras

CARACTÉRISTIQUES DE LA PHASE STRATÉGIQUE

Après des débuts ralentis par des différences culturelles entre partenaires, le réseau travaille à présent activement au développement du site web. Le travail se concentre la plupart du temps dans des réunions à caractère technique, qui ont pour objectif principal de comparer les pays européens en matière de sécurité, particulièrement pour les opéras partenaires du réseau. Des questions techniques complexes sont abordées et discutées. Le projet paraît opportun et unique en son genre en ce sens qu'il semble apporter un service innovant. La qualité de l'information sera d'emblée très élevée en raison du soin pris par les partenaires à traduire la terminologie technique en cinq langues, mais aussi parce que ce faisant, le réseau constitue un exemple de tolérance aux différences culturelles qui émergent inévitablement dans un projet tel que celui-ci.

ÉTAPE DE DÉMONSTRATION

Outre les réunions du comité de pilotage, un prototype de site internet a été créé et officiellement lancé au cours de la réunion du comité technique à Nantes les 22 et 23 avril 1998. Quatre groupes de travail se concentrant chacun sur différentes questions de sécurité ont été mis en place et se sont réunis à intervalles réguliers au cours des huit derniers mois. Ils ont réalisé trois questionnaires techniques, un sur chaque aspect de sécurité, ainsi qu'un glossaire technique à intégrer au site web. La diffusion et la promotion du réseau sont menées et des articles paraissent dans diverses publications dans le domaine de la performance scénique. En conséquence, le travail du partenariat commence à être connu et apprécié par un nombre croissant d'opéras à travers l'Europe.

Le projet offre clairement beaucoup de possibilités intéressantes, l'échange de savoir-faire et de bonnes pratiques au sujet des systèmes de sécurité ne peut être que positif. Autre dimension innovante du projet, l'accent mis sur la compilation d'un ensemble harmonisé de normes de sécurité que les opéras devraient respecter et qui sont accessibles sur le site internet Web pour ceux qui souhaitent acheter des productions à différents théâtres en Europe. Enfin, il est important d'assurer la protection et la renaissance des compétences liées à la restauration de la scène et des décors, car les quelques artisans qualifiés sont très sollicités.

PÉRENNISATION DU PROJET

Le projet recèle un grand potentiel de durabilité sur le plan de la prestation de services pour les opéras. Mais il est également important que les autorités locales, régionales ou nationales, qui financent les opéras, sachent qu'ils peuvent compter sur l'expérience du réseau à la fois en termes d'informations sur les nouvelles techniques anti-incendie et de dispositions générales à prendre pour assurer la sécurité. La conservation de ce patrimoine historique intéresse la plupart des pays d'Europe et ce projet est considéré comme un exemple de bonne pratique pour l'efficacité des partenariats locaux qu'il met en place.

Le patrimoine historique intéresse la plupart des pays d'Europe

▶ CONTACT

Claude Richard
Académie de Civilisation et de
Cultures Européennes
36, rue Marengo
13006 Marseille (France)
T +33 4 91 92 86 36
F +33 4 91 92 87 18
E-mail: acce@calva.net

TRAPROWA: Adoption de méthodes

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
TRAPROWA	Préfecture de Kilikis	Grèce – Espagne – Portugal	Macédoine Centrale – Andalousie – Alentejo	610 025	450 000

RAPPEL DU CONTEXTE

Le terme de “méthodes traditionnelles de production” caractérise les méthodes utilisées autrefois par les familles afin de produire pour leur propre consommation, ou à une petite échelle et par opposition à la production industrielle, du vin, des boissons locales, du fromage, de l’huile d’olive, des vêtements, de la soie pure, de la laine, du cuir, des bijoux traditionnels, ... Cette véritable économie traditionnelle familiale peut représenter pour de nombreuses zones rurales une source d’activités économiques appréciable.

PARTENARIAT

Le partenariat du projet fonctionne sous forme d’un: Partenariat local autour:

- partenaire principal: “Préfecture de Kilikis” avec l’association des Industriels de Kilikis, l’Union Locale de Villes et Communes de Kilikis, l’Agence de Développement Local de Kilikis “AN.KI. S.A.”), le Centre de Formation Professionnelle de la Préfecture de Kilikis, le Centre de Formation Professionnelle “EPIMORFOTIKI”SARL;
- Partenariat international
deuxième partenaire: “Municipalité de Moura” (Portugal); troisième partenaire: “Iniciativas comunitarias de desarrollo Estepa Sierra S.A.” (Espagne).

OBJECTIFS

Il s’agit pour les partenaires:

- d’enregistrer les méthodes traditionnelles de production des produits suivants: vin et boissons locales, vêtements pure soie, coton, laine, cuir et articles de cuir, huile d’olive, produits faits maison (spécialités familiales), jambon, fromage, pâtes et bijoux traditionnels...
- de s’attacher à les faire renaître et adopter: – au sein des familles ou à une petite échelle afin d’encourager la créativité durant le temps libre ou en tant que source complémentaire de revenu; – auprès de petits artisans producteurs pour protéger et renforcer leurs caractéristiques traditionnelles spécifiques locales et régionales.

L’objectif final est de développer une promotion commune et un échange de produits culturels traditionnels.

PRÉSENTATION DE L’ACTION ACQUIS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

Les partenaires ont élaboré des études sur les “méthodes traditionnelles de production” pour les produits sélectionnés par chacun. Les résultats de ces études ont conduit au choix et au développement d’un nouveau produit traditionnel commun, labellisé TRAPROWA.

Parallèlement, un réseau d’information, a été mis en place pour assurer la diffusion des résultats entre les partenaires eux-mêmes et à travers l’Europe sous la forme d’une station de télévision mobile intitulée PGS, composée d’une vidéo et s’adressant notamment aux consommateurs locaux. Un personnel formé est responsable de la diffusion de l’information auprès des municipalités et des particuliers.

L’enjeu est d’arriver à réactualiser les processus de production afin de relancer les produits traditionnels sur le marché local et interrégional et de développer ainsi une dynamique locale culturelle et d’insertion sociale.

de production traditionnelles dans l'artisanat local familial

PHASE DE DÉMONSTRATION

- **Préfecture de Kilikis (Grèce):** Production d'une station de télévision mobile intitulée PGS, composée d'une vidéo, comme outil d'information. Il s'agit d'un outil qui a déjà été utilisé de façon expérimentale, donc le but est de promouvoir sur le plan local (sur une petite échelle: utilisable dans un angle de 1,5-5Km) les produits traditionnels pour que les consommateurs potentiels s'informent. Cet outil intéresse les partenaires portugais et espagnols. Bon marché, il peut être transporté facilement d'un pays, d'une ville ou d'un village à l'autre. Les méthodes traditionnelles de production et les autres résultats du projet peuvent être promus par les vidéos. Le point délicat de la PGS reste la nécessité d'obtenir un permis d'émission télévisée locale.
- **Iniciativas comunitarias de desarrollo Estepa Sierra sur S.A. (Espagne):** réalisation d'une vidéo dans laquelle le processus de production d'objets de sparteries (objets en fibre végétale) et d'anis (liqueur) est décrit.
- **Le Centre Professionnel de Formation "Epi-morfotiki Kilikis LTD" (Grèce):** a la responsabilité d'organiser les séminaires de formation afin de former 2 personnes de chaque région en les informant sur les nouveaux produits et les conditions de leur production, etc. Ce Centre est en contact avec des formateurs, futurs enseignants.

- **Les trois partenaires européens du projet:** ont l'intention de préparer et de lancer une présentation commune labellisée TRAPROWA. Il s'agit d'un panier présentant un échantillon de leurs produits traditionnels complémentaires (une bouteille de vin, un fromage, un saucisson, etc...). Cette initiative relève d'un travail d'échange et de la volonté commune aux partenaires de Kilikis, de Moura et d'Estepa de développer un nouveau produit comme symbole pan-européen afin de réaliser des échanges commerciaux sur les trois marchés régionaux. L'objectif est de permettre au consommateur local grec, espagnol et portugais de trouver dans les supermarchés locaux un stand où ces nouveaux produits alimentaires seront exposés.

PÉRENNISATION

Les perspectives de pérennisation, en terme d'impact sur l'économie locale, sur le plan culturel et sur le plan de l'insertion sociale dépendent de la capacité des régions concernées à réactualiser les processus de production, à relancer ces produits sur le marché local et à développer une certaine dynamique locale créatrice d'emplois.

Les perspectives de pérennisation, en terme d'impact sur l'économie locale, sur le plan culturel et sur le plan de l'insertion sociale dépendent de la capacité des régions concernées à réactualiser les processus de production, à relancer ces produits sur le marché local et à développer une certaine dynamique locale créatrice d'emplois.

et les autres résultats du projet peuvent être promus par les vidéos

▶ CONTACT

Mme Chrissa Karipidou
Directrice du Service de Planification
de la Préfecture de Kilikis
2, rue Metamorphoseos
61100 – KILKIS (Grèce)
Tél.: +30/341 22969
Fax: +30/341 25177

WITRANET: Un Réseau pour la Culture de la Production

NOM DU PROJET	ORGANISATION	PAYS	RÉGIONS	BUDGET TOTAL	CONTRIBUTION UE
WITRANET	Prefectural Authority of East Attica	Grèce – Italie – Portugal – Autriche	Attique – Calabre – Vale do Ave – Kleinregion Feldbach	830 500	500 000

RAPPEL DU CONTEXTE

Le projet "WITRANET" vise à préserver et à transmettre l'héritage traditionnel de la fabrication du vin qui constitue une part importante de l'activité économique et de la culture de l'Europe. Son but est d'utiliser la culture du vin afin de renforcer l'identité régionale et européenne et de développer un tourisme culturel. Il vise à assurer la promotion d'activités telles que:

- la réalisation d'un musée vivant,
- le développement d'un programme d'événements régionaux,
- l'organisation d'un Festival Transnational du Vin et de foires commerciales du vin,
- l'organisation d'un parcours des vins,
- l'élaboration de données d'informations (banque de données) et d'un documentaire sous la forme d'un CD-ROM afin de garantir la continuité des buts du projet et de développer une stratégie touristique cohésive en égard à la préservation de l'environnement agricole et du patrimoine culturel.

PARTENARIAT

- Partenariat local: autour de la Préfecture d'Attique-Est (Grèce), qui en est le leader;
- Partenariat international avec comme représentants: l'Association de développement local "SOL DO AVE" de la région de VALE DO AVE (Portugal); l'Association de développement local "Kleinregion Feldbach"(Autriche); la PROVINCIA DI CROTONE (Italie).

OBJECTIFS

- Etablir un réseau entre les 4 régions européennes participantes en associant des organisations privées et publiques partageant le même intérêt pour la fabrication traditionnelle du vin;
- Echanger l'information et le savoir-faire entre les membres du réseau pour le développement, dans chaque région, d'une série d'événements formant le noyau d'un programme pour la préservation et la promotion de cette tradition;
- Encourager le tourisme culturel se basant sur la production et la consommation du vin, en vue d'introduire une activité économique complémentaire pour les communautés locales de chaque région;
- Préserver le patrimoine culturel en créant un musée vivant;
- Renforcer et promouvoir l'identité de la production du vin à un niveau national et européen par le biais de festivals.

PRÉSENTATION DE L'ACTION ACQUIS DE LA PHASE STRATÉGIQUE

Ces partenaires ont élaboré leurs études de faisabilité sur le tourisme culturel en relation avec le vin afin de déceler l'infrastructure touristique ainsi que les attractions culturelles, gastronomiques et sportives, propres à chaque zone. En matière d'infrastructures et grâce à ces études, une liste des événements culturels des régions en connexion avec des manifestations sur le thème du vin (festival du vin, conférence européenne ayant pour thème "Valeur Ajoutée au Vin et Culture en Relation avec le Vin en Europe Rurale", etc.) a été établie. Certains entrent dans le cadre du Festival Transnational qui aura lieu à Athènes. Par ailleurs, les régions collaborent déjà étroitement avec des viticulteurs locaux afin de mettre en place (Grèce, Portugal) ou de réorganiser (Autriche) des parcours du vin ainsi que des visites organisées des caveaux. La réhabilitation de bâtiments pour les transformer en "musée vivant" est programmée. En terme de diffusion de l'information, les partenaires entreprennent la production d'un documentaire et de photos afin d'alimenter le CD-ROM du projet "WITRANET".

Préservation et le Patrimoine Traditionnelle des Vins européens

PHASE DE DÉMONSTRATION

- La Préfecture d'Attique-Est en tant qu'organisateur du Festival Transnational souhaite entreprendre une série d'actions pour la matérialisation du festival et de la foire commerciale. L'organisation du Festival annuel à Athènes prévoit un festival du vin avec une série d'activités culturelles de la part de toutes les régions participantes et l'organisation d'une conférence ayant pour thème "Valeur Ajoutée Vin et Culture en Relation avec le Vin en Europe Rurale".
- Création d'un parcours du vin, entreprise par la région d'Attique-Est. La région a collaboré étroitement avec des viticulteurs locaux intéressés à développer de telles activités. Une recherche pratique a été entreprise avec eux (entretiens personnelles et réponses à des questionnaires) afin d'évaluer les capacités des viticulteurs à organiser des visites de caveaux et des dégustations. Par ailleurs, une agence expérimentée dans ce domaine devrait être chargée d'organiser ces visites, à partir des résultats de la recherche pratique et des attractions culturelles et sportives retenues par "l'étude de faisabilité sur le tourisme culturel en relation avec le vin".
- L'Association de développement local "Kleinregion Feldbach" (Autriche); a décidé, en terme d'infrastructure touristique, conformément aux résultats de l'étude de faisabilité sur le tourisme culturel en relation avec le vin, de mettre l'accent sur la qualité de service. Celle-ci se reflétant dans la qualité de l'environnement (architecture traditionnelle, décoration intérieure, caveaux de dégustation, etc.), les viticulteurs ont décidé d'améliorer la qualité de leurs bâtiments et de participer à divers séminaires sur la qualité de service et la création d'une ambiance traditionnelle des "Buschenschenken" (les bistrotiers des vigneron). Ces viticulteurs manifestent un vif intérêt pour le marketing, la présentation, la perfection dans le service, la formation sur l'entrepreneuriat.

- L'Association de développement local "SOL DO AVE" de la région de VALE DO AVE a l'intention de créer un circuit de routes du vin, qui n'existe pas encore. Un groupe d'actions a été mis en place pour la réalisation d'un Parcours Vert du Vin passant par le développement et l'application de règles en accord avec ce parcours, la sélection d'adhérents et de coopératives intéressées, leur formation, la création d'une commission consultative, la réalisation de projets spécifiques, l'assistance aux adhérents pour la création de conditions de travail appropriées (restauration de bâtiments), la promotion et commercialisation de ces parcours.

PÉRENNISATION

Les diverses actions du réseau "WITRANET" visant la préservation du patrimoine culturel relatif à la production du vin conduisent à une diversification et en même temps à un renforcement des bases économiques des régions rurales concernées dont la prospérité dépend en grande partie de la viticulture. Grâce à une politique marketing soutenue, ces actions devraient conduire à la stimulation du tourisme et au renfort d'une identité locale/régionale mais aussi européenne, de culture basée sur le vin notamment par le biais de la création d'un musée vivant pour chaque région, d'un parcours du vin et de plusieurs festivals.

Les viticulteurs ont
amélioré
leurs bâtiments
et de participer
à divers séminaires

► CONTACT

Mme Sotiria Symeonidou
17, rue Empedocleous
11635 B Athènes (Grèce)
Tél: +30 17523190
Fax: +30 17523669

Dr Dimitrios Frangos
Préfet Elu d'Attique Est
Préfecture d'Attique Est
Avenue Marathonos
près de l'Usine LYRA
15344 - Pallini-Attique (Grèce)
Tél: +30 16033050-52
Fax: +30 16033056

Les brochures de présentation des projets pilotes de l'article 10 sont publiées sous la responsabilité de la Direction Générale des Politiques Régionales (DG XVI), Unité A2, en français, en anglais et en allemand.

Ces brochures sont réalisées par l'AEIDL pour le compte d'Europe Innovation 2000, B.A.T. des actions innovantes. Editeur responsable: J. Bardouin, rue des Ménapiens 9-11 à 1040 Bruxelles.

Ont collaboré à leur réalisation: Christine Charlier, Sofia Coroyannakis, Véronique Daussy, Serge Demailly, Françoise Dubruille, Michel Gault, Sinéad Mullins, Róisín Ní Chonchúir, Alasdair Reid.

Le contenu de cette brochure ne reflète pas nécessairement les opinions de la Commission Européenne.