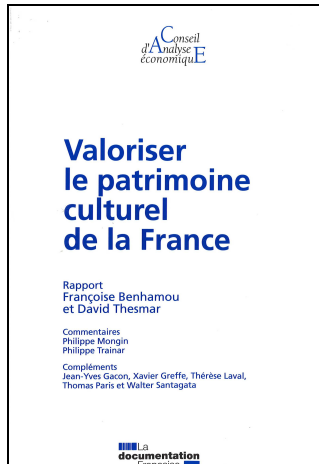


MÉDIATION



BENHAMOU Françoise. THESMAR David. Et al. *Valoriser le patrimoine culturel de la France*. Rapport du Conseil d'Analyse Economique n°97. Paris: La Documentation Française, 2011. 168 p.

Résumé :

Cet ouvrage consacré à la valorisation du patrimoine culturel de la France s'intéresse principalement au patrimoine tangible (musées, collections nationales, monuments historiques...) sans oublier pour autant le patrimoine immatériel (métiers d'art, savoir-faire...). Le patrimoine tangible subit une forte concentration des visites sur un petit nombre de musées et de sites, d'où la coexistence de lieux congestionnés et de sites désertés : 50% de la fréquentation muséale a lieu dans 1% des musées de France.

Dans ce rapport, Françoise Benhamou et David Thesmar évaluent l'importance de ce secteur dans l'économie, notamment en termes d'emplois et d'externalités sur le tourisme. Il implique des coûts importants mais constitue un formidable levier pour le redressement d'une image et l'attractivité d'un lieu ou d'une région. A ce titre, il peut être considéré comme un actif qu'il faut valoriser.

Mais cette logique de valorisation nécessite l'intervention publique car le secteur présente un certain nombre de défaillances de marché, que le rapport analyse en détail. Cela conduit les auteurs à s'interroger sur les politiques publiques à mener pour financer et valoriser plus efficacement ce patrimoine, notamment à travers la tarification de son accès, la fiscalité portant sur l'activité touristique ou une plus large implication des collectivités territoriales.



« De l'interprétation au centre d'interprétation ». *La lettre de l'OCIM*. Dijon : OCIM, septembre-octobre 2008, n°119. 85 p.

Résumé :

L'Office de coopération et d'information muséographique (OCIM), créé en 1985, est un organisme public spécialisé en muséographie et muséologie, notamment dans le domaine des sciences et techniques.

Un séminaire organisé à Dijon en janvier 2008 à l'université de Bourgogne, à l'initiative du Centre de Recherche sur la Culture et les Musées, s'est donné comme objectif de revisiter la notion d'interprétation et d'évaluer l'extension actuelle de ce principe, près d'une décennie après la première publication consacrée à ce sujet.

Ce dossier apporte un éclairage sur la différence entre un musée et un centre d'interprétation. Depuis les années quatre-vingt, la région Rhône-Alpes est particulièrement investie dans cette réflexion. L'expérience lyonnaise a été utile pour d'autres projets de centre d'interprétation comme celui du Pays de Montbéliard. Il est aussi intéressant de voir, à travers l'exemple de *l'Espace patrimoine* de Châlon-sur-Saône les difficultés auxquelles font face ces structures.



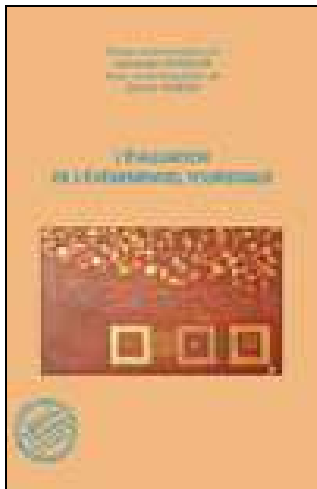
France. ICOMOS. Colloque international en partenariat avec le Réseau des Grands Sites de France et le Grand Site des Deux Caps Gris-Nez Blanc-Nez (Cap Gris-Nez, 15-16 octobre 2009). *Valeurs universelles, valeurs locales : pour qui, pour quoi un site est-il grand ?*. Paris : ICOMOS France, 2010. 256 p.

Résumé :

Ce colloque, organisé les 15 et 16 octobre 2009 par ICOMOS-France, proposait à des responsables de sites patrimoniaux, français et étrangers, deux jours de réflexion sur la question du partage des valeurs des sites qu'ils gèrent : valeurs vécues par les habitants, valeurs consacrées par les experts et les institutions patrimoniales nationales ou internationales (UNESCO), valeurs perçues par le nombre grandissant des visiteurs et touristes.

Le caractère exceptionnel d'un site reconnu au plan national ou international est-il partagé par les habitants et les communautés locales ? Les valeurs qui justifient cette reconnaissance, les mesures de préservation trouvent-elles un écho localement ? Sont-elles acceptées ou bien sont-elles en dissonance ? Comment parvenir à construire une vision commune et à la transmettre dans une relation d'accueil ?

Au travers de témoignages concrets de gestionnaires de sites, d'acteurs de terrain et d'habitants, ainsi que des réflexions d'experts, l'objectif de ce colloque était d'identifier les conditions optimums pour établir durablement le dialogue autour des valeurs des grands sites patrimoniaux.



SPINDLER Jacques, HURON David. Évaluation de l'événementiel touristique. Paris : L'Harmattan, 2009. 530 p. (Tourismes et société)

Résumé :

Les grands événements à caractère touristique, artistiques, culturels, festifs ou sportifs ont pris une telle ampleur qu'ils ont nécessairement un impact sur l'économie locale, régionale, voire nationale. Cet ouvrage propose des méthodes d'évaluation pour évaluer de la manière la plus pertinente les retombées des événements touristiques. Peut-on créer ou pérenniser une identité à partir d'un événement touristique ? Peut-on innover en matière d'évaluation ? L'éphémère touristique est-il durable ?



DALLOZ Xavier, PORTNOFF André-Yves, SUSBIELLE Jean-François. *Visite culturelle et TIC : Le numérique au service de la visite touristique et culturelle*. Paris : Atout France, 2009. 160 p. (Développement touristique ; n°8)

Résumé :

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont envahi la vie quotidienne suscitant de nouvelles pratiques et des nouveaux modes de consommation. De nouveaux services deviennent ainsi des éléments d'attraction supplémentaire pour les sites culturels et touristiques en permettant d'accompagner les visiteurs dans la découverte d'un lieu que la visite soit libre ou accompagnée. Les TIC ont également permis de démultiplier les contacts entre l'offre culturelle et touristique par l'apparition d'offres conjuguant ces deux dimensions.

L'enjeu est considérable et offre des perspectives nouvelles pour chaque établissement. Jusqu'à présent, seuls quelques sites majeurs pouvaient espérer une audience internationale. À présent, plusieurs centaines de millions d'internautes se trouvent à portée de tous ceux qui sauront construire une vraie attractivité via le numérique. Ceci suppose néanmoins certaines conditions : communiquer dans la langue de ses interlocuteurs, répondre à leurs attentes culturelles mais aussi pratiques, respecter leur diversité avec pédagogie et empathie.

Cet ouvrage se fixe l'objectif de répondre à plusieurs questions apparues dans ce contexte : comment innover en faisant les bons choix ? Comment créer de la valeur utile pour chacun des acteurs concernés : visiteur physique ou électronique, gestionnaire de site ou responsable territorial ? Quel retour sur investissement attendre ?