

Abbaye aux Dames

la cité musicale, Saintes



RECOMMANDATIONS POUR UNE INTERPRETATION RENOUVELEE DU PATRIMOINE CULTUREL DANS LE SECTEUR DE LA FORMATION DES ADULTES

Abbaye aux Dames, la Cité musicale, Saintes
11 place de l'Abbaye
CS 30125
17104 SAINTES Cedex
France
Tel : + 33 (0)5 46 97 48 46

www.abbayeauxdames.org

Auteurs et contributeurs : Vincent Soccodato, Nathanaëlle Jean, Ivana Cernanova, Alexandre Marquet et l'ensemble des participants des mobilités du projet HIIP

Email : soccodato@abbayeauxdames.org

Première édition, juillet 2017



Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne.

Le soutien de la Commission Européenne pour cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu. Cette publication n'engage que son auteur, et la Commission n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations contenues dans cette publication.

Table des matières

Résumé du projet « Heritage Interpretation & Innovative Practices » (HIIP)	3
Objectifs du rapport.....	5
PARTIE 1 - Eléments conceptuels	6
Qu'est-ce que la culture ?	6
Définition du patrimoine culturel.....	7
Evolution du patrimoine culturel et de ses usages.....	11
Un tourisme durable et soutenable, enjeu mondial pour l'UNESCO.....	13
Adopter une démarche interculturelle	14
Définition de la médiation.....	16
La notion d'interprétation du patrimoine culturel	18
Pourquoi « interpréter » le patrimoine culturel ?	21
PARTIE 2 – RECOMMANDATIONS METHODOLOGIQUES PRATIQUES	24
Exemple de projets participatifs innovants identifiés lors de mobilité ERASMUS+ :	24
Affirmer une éthique de projet	41
Créer de valeurs communes et partagées.....	41
La médiation culturelle repose sur la confiance.....	43
Le besoin de nouvelles narrations adaptées (storytelling)	44
Oser de nouvelles méthodes de collaboration avec nos publics.....	45
PARTIE 3 – IDENTIFICATION DES COMPETENCES A DEVELOPPER.....	47
Les différentes formes de médiation	47
Le contexte de la médiation	48
Détermination des compétences dans le cadre du projet HIIP	49
COMPETENCES-CLES DANS LE CADRE DE LA MEDIATION ET POUR UNE INTERPRETATION HOLISTIQUE DU PATRIMOINE CULTUREL.....	50
Les erreurs à ne pas commettre en matière de la médiation	54
CONCLUSION / Enjeux globaux pour le secteur du patrimoine culturel.....	57
Partenaires	58

Résumé du projet « Heritage Interpretation & Innovative Practices » (HIIP)

Le patrimoine culturel de l'Europe, matériel et immatériel, est notre richesse commune - l'héritage que nous ont légué les générations d'Européens qui nous ont précédés et que nous léguerons à notre tour aux générations futures.

Le patrimoine culturel est identifié comme une ressource stratégique par la Commission Européenne dans une recommandation du Conseil de mai 2014¹ et par le Conseil de l'Europe². Socle de connaissances irremplaçables et ressource précieuse pour la croissance économique, l'emploi et la cohésion sociale, il enrichit la vie de centaines de millions de personnes, nourrit l'inspiration des intellectuels et des artistes et est un moteur pour les industries culturelles et créatives.

Mais le discours actuel porté sur le patrimoine culturel est resté trop longtemps le langage des experts, ce qui cloisonne ses publics vers les spécialistes et les "déjà initiés" – ce qui met en péril sa transmission aux générations futures.

Pour répondre à l'ensemble de ses défis, un consortium intersectoriel rassemblant des partenaires basés en Nouvelle Aquitaine et représentant les secteurs de la culture (Abbaye aux Dames de Saintes, Abbaye Royale de Saint Jean d'Angely, Abbaye de Fontevraud), du patrimoine (Atelier du Patrimoine de Saintonge), de l'accompagnement social (Centre Social Belle Rive) et du tourisme (Mission des Offices de Tourisme de la Nouvelle Aquitaine, offices de tourisme de Saintes, de la Saintonge Dorée, du Pays Cadillaçais, de Gartempe - Saint Pardoux, de Saint Jean Pied de Port et Saint Etienne de Baigorry, de Vézère Monédières, de Limoges, d'Ussel-Meymac Haute-Corrèze, du Grand Dax, de l'Entre-Deux-Mers et de Lacq Coeur de Béarn) s'est constitué avec la Ville de Saintes afin de rassembler au niveau européen les meilleurs pratiques en termes d'interprétation du patrimoine et de développement des publics pour renforcer les compétences de leurs équipes.

Dans le cadre du projet ERASMUS+ « Heritage Interpretation & Innovative Practices » (HIIP) – [2015-1-FR01-KA104-014681], 63 participants – médiateurs du patrimoine culturel de leur territoire, ont pu être formés à de nouvelles pratiques plus sensorielles, plus créatives et plus interactives avec les publics adultes, à l'occasion de 114 mobilités réalisées dans 11 pays

¹ Communication of the European Commission ; *Conclusion of cultural heritage as strategic resources for sustainable Europe*, 20 mai 2014,

http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/educ/142705.pdf

² Conseil de l'Europe, *Strategy 21 : European Cultural Heritage Strategy for the 21st century*, 2015, <http://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/strategy-21>

membres de l'Union européenne (République tchèque, Allemagne, Danemark, Espagne, Hongrie, Croatie, Italie, Pays-Bas, Royaume-Uni, Belgique, Grèce).

Pendant les 2 années du projet, 13 stages d'observation et 7 cours structurés/formation ont été réalisés. Le caractère intersectoriel de notre consortium a permis à chacun de s'exprimer, d'apporter son regard professionnel spécifique afin d'enrichir le cadre global de notre analyse.

Le projet HIIP a permis aux structures et aux participants d'expérimenter et d'adopter une démarche plus adaptée en fonction des profils de leurs publics adultes et de co-construire davantage avec eux l'interprétation du patrimoine culturel de leur territoire en faisant appel à plus de créativité, d'interaction et de dialogue.

Chaque stage et chaque formation s'est inscrite dans un cercle vertueux où l'expérience de chaque participant a pu être capitalisée pour nourrir la méthodologie innovante que les partenaires souhaitent mettre en œuvre sur le territoire en termes d'interprétation du patrimoine culturel et d'implication des habitants. La variété des intervenants et des formateurs leur a permis de mieux saisir de manière intersectorielle les multiples dimensions du patrimoine culturel, dont les objets sont aussi des moyens et un prétexte pour créer du lien social entre les publics adultes. **Les participants ont pu expérimenter que la connaissance scientifique d'un lieu/monument/pratique culturelle n'est pas une fin en soi. Le plus important pour le médiateur du patrimoine n'est pas tant dans l'exhaustivité de ses connaissances, mais dans le lien et la construction du dialogue qu'il crée avec son public, ses propres connaissances et ses émotions.**

En termes d'effectif, le projet HIIP permettra à terme de former indirectement plus de 100.000 adultes par an parmi les groupes-cibles des membres du consortium.

Le projet leur a permis de construire avec les structures d'accueil européennes de nouvelles solidarités et de contribuer à une société européenne plus intégrée entre acteurs du secteur de la formation des adultes impliqués dans la secteur du patrimoine culturel. Ce premier projet de mobilité ERASMUS+ a eu des résultats très encourageants au-delà des espérances des partenaires du projet. Les liens tissés dans le cadre de HIIP avec les structures européennes se poursuivront et se renforceront dans le futur autour de nouvelles actions de mobilité et des projets de coopération culturelle.

Le souhait des partenaires du projet HIIP est de poursuivre cette dynamique et de diffuser leur nouvelle méthodologie de travail en direction d'experts et d'autres communautés locales, pour leur donner envie d'échanger, de contribuer, de se rassembler pour la promotion et la protection de notre patrimoine culturel, matériel et immatériel, au niveau local, régional, national et européen.

Les partenaires du projet HIIP, par leurs actions, souhaite que chaque habitant, chaque personne adulte ait conscience de sa propre richesse et dans sa vie quotidienne de la richesse du patrimoine

culturel de son territoire, de sa région, de son pays et du patrimoine culturel commun européen. Notre ambition est de créer un sentiment d'appartenance à un espace culturel commun européen.

Objectifs du rapport

Ces recommandations ne s'adressent pas exclusivement aux professionnels de la médiation du patrimoine culturel, mais plus largement à l'ensemble des professionnels et des bénévoles qui souhaitent partager leurs émotions artistiques, culturelles et patrimoniales, notamment dans un enjeu de développement des publics et d'élargissement de leurs communautés.

Une première étape consiste à définir les concepts de culture, de patrimoine culturel et de médiation, qui sont au cœur de notre projet. Dans un second temps, tirés de l'expérience du projet HIIP, nous présenterons des recommandations pour le personnel de l'éducation des adultes qui souhaite développer des actions de médiation et d'interprétation du patrimoine culturel, en s'appuyant sur des pratiques concrètes que les participants ont pu observer et étudier à l'étranger. Enfin, dans une troisième partie, nous identifierons les compétences et les objectifs d'apprentissage de nos participants et sur lesquels nous souhaitons continuer à agir dans le futur.

La médiation du patrimoine culturel prend en compte un certain nombre de connaissances, savoir-faire, pratiques, techniques. Les connaissances scientifiques en histoire, histoire de l'art, musicologie et les pratiques artistiques ou culturelles sont nécessaires pour construire des discours et partager la réalité des faits historiques. Mais les partenaires du projet sont convaincus que les médiateurs du patrimoine culturel doivent acquérir des compétences complémentaires pour développer les publics et les communautés du patrimoine culturel.

Pour élargir ses publics, et assurer sa promotion et sa protection, il est indispensable d'élargir nos horizons et de prendre en compte une définition plus ouverte du patrimoine culturel.

Ce guide propose des repères pour appréhender la médiation culturelle et l'interprétation du patrimoine culturel, tout en sachant que cette notion est indissociable du contexte dans lequel elles s'opèrent : territoires, structures, publics. Il revient donc à chacun, à partir de ces éléments, de construire sa propre vision et de les faire vivre à partir de ses actions de terrain en lien avec ses publics, ses collègues, ses partenaires, français ou étrangers.

PARTIE 1 - Eléments conceptuels

Qu'est-ce que la culture ?

Le terme de culture regorge de sens et de définitions. Deux sens sont principalement invoqués lorsqu'il s'agit d'aborder ce terme :

- Un sens anthropologique, qui lie la notion de culture à la civilisation et à l'être humain et qui renvoie autant aux mythes, aux religions, aux institutions, qu'aux comportements. Tous ces éléments sont ce qui caractérisent et différencient les sociétés les unes des autres. La culture consiste en un ensemble de règles qui organisent les échanges entre les êtres humains et séparent durablement les sociétés humaines de l'état naturel.

La déclaration de Fribourg sur les droits culturels promeut la protection de la diversité et des droits culturels, au sein du système des droits de l'homme. Voici la définition qu'elle donne de la culture :

*« La culture est constituée par les valeurs, les croyances, les langues, les connaissances, les arts et les savoirs par lesquels une personne, individuellement ou collectivement, exprime toute son humanité comme le sens qu'elle confère à son existence et à son développement. [...] La culture est un patrimoine commun qui élargit la capacité de chacun à créer son propre futur. **Chaque personne est porteuse de culture et participe à l'élaboration de la richesse culturelle. La culture est un processus qui permet de comprendre, d'interpréter et de transformer la réalité** »³.*

- Un sens savant, qui renvoie à l'idée de la personne « cultivée, avec la mise en avant d'un pan de la culture (connaissances, productions artistiques) légitimée et reconnue par les institutions et les élites d'une société donnée. La culture, en ce sens, est constituée d'un patrimoine d'œuvres à préserver, discernées entre elles par un système de valeurs. Ce sens renvoie à ce qui est communément appelé la « culture générale ».

Cette vision relative de la culture entraîne, dans les milieux d'initiés ou dans les médias grand public, une tendance à la classification des pratiques culturelles et à l'attribution d'échelles de valeurs. Ce sont souvent des groupes d'experts qui définissent ce qui relève

³ Déclaration des droits culturels de Fribourg, 2009

ou non de la culture en proposant une catégorisation : culture populaire, culture de masse, culture savante, culture d'entreprise, contre-culture, culture geek, etc. Comme l'a montré le sociologue Pierre Bourdieu, la diversité des cultures rappelle que chaque culture peut constituer un mode de distinction, qui peut renvoyer à des mécanismes de domination. Nous remarquons ainsi un certain nombre d'appellations renvoyant à l'existence d'une échelle de valeurs culturelles : élite/masse, savante/populaire, légitime/non légitime.

A ce titre, les institutions culturelles doivent prendre garde à donner toute prétention universaliste à leur projet artistique en posant comme préalable que toutes les dimensions de leurs activités sont susceptibles de s'adresser naturellement à tous les publics. Si certaines émotions sont universelles et peuvent être ressenties par tous (joie, sentiment de beauté, expérience de la douleur, etc.), le lien entre des œuvres artistiques ou des contenus culturels et des émotions n'est ni naturel ni nécessaire. Il peut se faire spontanément, mais dans la grande majorité des cas, malgré tout, il repose sur l'existence préalable d'une familiarité avec des contenus et les œuvres, une éducation esthétique, une acculturation progressive, dans le cadre d'un processus de socialisation.

Définition du patrimoine culturel

La notion de patrimoine désignait, dans le droit romain, l'ensemble des biens recueillis par succession : biens qui descendent, suivant les lois, des pères et mères aux enfants.

A partir de la Révolution française et durant tout le XIX^{ème} siècle, le patrimoine désigne essentiellement l'ensemble des biens immobiliers et se confond généralement avec la notion de monuments historiques. Le monument, dans son sens originel, est une construction vouée à perpétuer le souvenir de quelqu'un ou de quelque chose. Aloÿs Riegl distingue trois catégories de monuments conçu délibérément pour « commémorer un moment précis ou un événement complexe du passé » [monuments intentionnels], « ceux dont le choix est déterminé par nos préférences subjectives » [les monuments historiques], enfin « toutes les créations de l'homme, indépendamment de leur signification ou de leur destination originelle [monuments anciens] »⁴. Les deux dernières catégories se déclineront, essentiellement, selon les principes de l'histoire, de l'histoire de l'art et de l'archéologie, sur le mode du patrimoine immobilier.

⁴ Aloÿs Riegl, *Der moderne Denkmalkultus, sein Wesen, seine Entstehung*, 1903

Même au niveau mondial, sous l'égide de l'UNESCO, c'est d'abord une vision essentiellement fondée sur le monument, les ensembles monumentaux et les sites qui sont mis en valeur, notamment au sein de l'ICOMOS.

Ainsi, la Convention sur la protection du patrimoine mondial culturel et naturel de l'UNESCO (1972) stipule dans son article premier que :

Aux fins de la présente convention sont considérés comme « patrimoine culturel » :

- **les monuments** : œuvres architecturales, de sculpture ou de peinture monumentales, éléments ou structures de caractère archéologique, inscriptions, grottes et groupes d'éléments, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de l'histoire, de l'art ou de la science,
- **les ensembles** : groupes de constructions isolées ou réunies, qui, en raison de leur architecture, de leur unité, ou de leur intégration dans le paysage, ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue de l'histoire, de l'art ou de la science,
- **les sites** : œuvres de l'homme ou œuvres conjuguées de l'homme et de la nature, et zones incluant des sites archéologiques, qui ont une valeur universelle exceptionnelle du point de vue historique, esthétique, ethnologique ou anthropologique.

Depuis le milieu des années 1950, la notion de patrimoine s'est considérablement élargie, de manière à intégrer, progressivement, l'ensemble des témoins matériels de l'homme et de son environnement. Ainsi, le patrimoine folklorique, le patrimoine scientifique, le patrimoine industriel, ont été progressivement intégrés à la notion de patrimoine. La définition du patrimoine québécois témoigne de cette tendance générale :

« Peut être considéré comme patrimoine tout objet ou ensemble, matériel ou immatériel, reconnu ou approprié collectivement pour sa valeur de témoignage et de mémoire historique et méritant d'être protégé, conservé et mis en valeur »⁵

Cette notion renvoie à l'ensemble de tous les biens ou valeurs, naturels ou créés par l'Homme, matériels ou immatériels, sans limite de temps ni de lieu, qu'ils soient simplement hérités des ascendants et ancêtres des générations antérieures ou réunis et conservés pour être transmis aux descendants des générations futures. Le patrimoine est un bien public dont la préservation doit être assurée par les collectivités lorsque les particuliers font défaut. L'addition des spécificités naturelles et culturelles de caractère local contribue à la conception et à la constitution d'un patrimoine de caractère universel.

⁵ Groupe-Conseil sur la Politique du patrimoine culturel du Québec sous la présidence de Roland Arpin, "Notre patrimoine, un présent du passé", proposition présentée au Ministre de la Culture et des Communications, novembre 2000, <http://bel.uqtr.ca/1239/1/6-19-681-20060117-1.pdf>

Le concept de patrimoine se distingue de celui d'héritage dans la mesure où l'un et l'autre terme reposent sur des temporalités sensiblement différentes : alors que l'héritage se définit juste après un décès ou au moment de la transmission intergénérationnelle, le patrimoine désigne l'ensemble des biens hérités des ascendants ou réunis et conservés pour être transmis aux descendants.

D'une certaine manière, le patrimoine se définit par une lignée d'héritages.

Depuis quelques années, la notion de patrimoine, essentiellement définie sur les bases d'une conception occidentale de la transmission, a été largement affectée par une mondialisation des idées, ce dont témoigne le principe relativement récent de patrimoine immatériel.

Cette notion, originaire des pays asiatiques (et notamment du Japon et de la Corée), se fonde sur l'idée que la transmission, pour être effective, repose essentiellement sur l'intervention humaine, d'où l'idée de « trésor humain vivant » ; une personne passée maître dans la pratique de musiques, de danses, de jeux, de manifestations théâtrales, de rites ayant une valeur artistique et historique exceptionnelle dans leur pays, tels que définis dans la Recommandation sur la sauvegarde de la culture traditionnellement et populaire (UNESCO, 1993). Ce principe a trouvé récemment un certain aboutissement au niveau mondial, notamment dans le cadre de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel (UNESCO, 2003)⁶. On entend par patrimoine culturel immatériel les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire – ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés – que les communautés, les groupes, et le cas échéant, les individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel.

Ce patrimoine culturel immatériel, transmis de génération en génération, est recréé en permanence par les communautés et groupes en fonction de leur milieu, de leur interaction avec la nature et de leur histoire, et leur procure un sentiment d'identité et de continuité, contribuant ainsi à promouvoir le respect de la diversité culturelle et de la créativité humaine.

Le patrimoine est le processus culturel, ou le résultat de celui-ci, qui se rapporte aux modes de production et de négociation liés à l'identité culturelle, à la mémoire collective et individuelle, et aux valeurs sociales et culturelles⁷. **Ce qui signifie que si nous acceptons que le patrimoine représente le résultat d'un processus fondé sur un certain nombre de valeurs, cela implique que ce sont bien ces valeurs qui fondent le patrimoine.** De telles valeurs méritent d'être analysées, mais aussi – et parfois – débattues.

⁶ Convention pour la sauvegarde du Patrimoine culturel immatériel, UNESCO, Paris, 2003, <http://unesdoc.unesco.org/images//0013/001325/132540f.pdf>

⁷ Laurajane Smith, *Uses of Heritage*. London et New York : Routledge, 2006

Dans ces recommandations, nous ne nous limiterons pas à ce qu'on appelle la culture générale, ni à la culture institutionnalisée par les musées ou les institutions théâtrales, ni aux productions artistiques. Dans le cadre d'une véritable démarche de développement des publics, nous ne nous limiterons pas non plus à une définition restrictive du patrimoine culturel sous ses aspects matériels pour l'élargir à ses aspects immatériels.

Les partenaires du projet HIIP défendent une vision large de la culture et la prise en compte du patrimoine immatériel qui regroupe toute activité sociale, qu'elle soit reliée à la vie quotidienne, aux sciences, aux loisirs ou à l'art. Tout ce qui peut nous permettre de vivre une expérience sensible, de créer des échanges et ainsi de mieux connaître les autres et soi-même.

La culture conforte un sentiment d'appartenance. Elle sert de marqueur identitaire entre ce qui est reconnu comme identique ou différent. Ce marqueur est un jugement de valeur qui fluctue avec le temps individuel, l'Histoire et l'évolution de la société. Ainsi, chaque groupe culturel construit des codes sociaux, des codes d'appartenances, qui permettent de se reconnaître entre pairs. Cela peut se traduire par une gestuelle, des tenues vestimentaires, des lieux que l'on fréquente et qui indiquent que nous avons des goûts communs. Ces codes d'appartenance apparaissent à différentes échelles : famille, amis, travail, groupes de loisirs, région, pays.

En prenant en compte cette définition large de la culture, on voit que la culture crée du lien. La culture tisse une histoire commune au sein d'un groupe, d'un quartier, d'une ville, d'une région, d'un pays ou d'un continent. Elle fait mémoire d'un passé commun qui lie les individus entre eux. Elle permet de créer une continuité entre les générations.

« La culture est par définition, diffuse dans toute l'étendue de la société [...] Elle est indépendante des conditions particulières où les individus se trouvent placés ; ils passent, elle reste [...] Elle ne change pas à chaque génération, mais elle relie au contraire les uns aux autres les générations successives »⁸

Nous nous attachons à l'idée que chaque personne possède des ressources culturelles et qu'il n'existe pas de hiérarchie entre les différentes pratiques culturelles. Les actions culturelle doivent permettre à chacun de se sentir légitime de franchir le seuil de la culture institutionnalisée, tout en valorisant les autres pratiques culturelles, afin d'encourager les échanges et de favoriser l'épanouissement de chacun. Il semble essentiel aux partenaires du projet HIIP de revendiquer que les cultures sont multiples et contribuent à la richesse et à la diversité du monde.

⁸ Emile Durckheim, *De la division du travail social*, PUF, Libre i, 1893, p. 46

Evolution du patrimoine culturel et de ses usages

Le patrimoine culturel nous révèle qui nous sommes. Il nous relie à notre quotidien, à nos rêves, à nos espoirs. C'est une ressource pour connecter les hommes entre eux, du niveau local au niveau international. Le patrimoine culturel a une très forte dimension sociale et joue un rôle essentiel pour nos vies, notre identité, notre économie. La culture et le tourisme sont comme des fleuves qui traversent les pays. Il faut créer de nouveaux ponts entre les cultures.

L'interprétation repose sur des faits historiques et des matériaux tangibles mais aussi sur l'imagination et des éléments intangibles. Chacun identifie des indices, des traces du passé. L'esprit humain en fait une reconstruction mentale et une interprétation qui permet de (re)créer au temps présent de nouveaux objets et de nouvelles formes.

Pour autant, l'étude « TRENDS »⁹ réalisée par le réseau européen Interpret Europe permet de déterminer que :

- l'intérêt des communautés locales pour le patrimoine culturel n'a jamais été aussi grand
- les communautés sont particulièrement motivées par la recherche d'une « authenticité » et d'une meilleure qualité de vie
- les activités inspirées par une meilleure connaissance des usages culturels sont en croissance
- le développement de la communication et des médias sociaux joue un rôle de plus en plus important dans la diffusion de ces usages

Avec l'émergence d'une société post-digitale, le contexte où évoluent le patrimoine culturel et le tourisme se trouve considérablement transformé. Chaque année, chaque jour, grâce à la numérisation et les nouveaux médias, de plus en plus de contenus de patrimoine sont accessibles, physiquement et numériquement. On assiste à une accumulation de savoirs, de produits, de contenus hérités des siècles passés. Grâce à internet, les hommes ont la possibilité de s'immerger dans les contenus numériques avec une approche orientée par les usages. C'est tout particulièrement le cas pour les jeunes générations. On assiste à un saut/changement de générations qui peut provoquer des tensions intergénérationnelles. Nous sommes dans une société submergée d'informations et d'images. Mais voulons-nous une société dont les individus vivent des émotions culturelles uniquement sur des écrans ? Des individus hyperconnectés font-ils encore société ?

On constate une évolution dans :

- les usages culturels qui sont de plus en plus dématérialisés et de plus en plus digitaux,

⁹http://www.interpret-europe.net/fileadmin/Documents/publications/interpret_europe_trend_analysis_2016.pdf

- l'évolution des rapports entre experts et usagers
- l'évolution du concept de rituels

Les informations sont diffusées de plus en plus rapidement. Les usages et les contenus culturels évoluent à rythme de plus en plus soutenu. Comment réussir une communication efficace face à l'explosion des contenus et à l'augmentation de la vitesse de leur diffusion ?

Le développement des moyens de transports, des parcours professionnels, rendent la mobilité physique et le nomadisme plus importants encore. Cela pose la question de l'identité des territoires et de la transmission de cette identité aux nouveaux résidents et aux générations futures. Cela implique également l'enjeu du collectage des identités et de la transmission de ces histoires orales (patrimoine intangible ou immatériel) dans la construction et la préservation des sociétés locales, alors que les territoires sont mis sous tension avec le mondialisation.

Notre définition du patrimoine culturel évolue, de l'expérience vécue dans des monuments historiques, à une construction plus intime, personnelle, individuelle présente dans la mémoire des usagers. On constate que les références aux contenus culturels du passé sont de moins en moins présentes.

Nos représentations évoluent du fait de la présence des médias et de leur réinterprétation du patrimoine culturel (ex. le succès de la série *Downtown Abbey*). Notre conception de la médiation évolue du patrimoine tangible (objets) au patrimoine intangible (pratiques et traditions). Notre conception d'une expérience culturelle authentique et accomplie évolue (on préfère prendre des *selfies* devant *Mona Lisa* en lui tournant le dos, plutôt que de profiter de la lecture de l'œuvre ; en postant leurs *selfies* sur Facebook, le photographe se sent « privilégié »). Les usages culturels sont de moins en plus intéressés par la recherche de l'approfondissement et des détails.

« What we see is determined by what we know. What we know is determined by what we learn »¹⁰.

Les publics évoluent : ils sont de plus en plus populaires, de plus en plus nomades et mobiles. Les publics sont de plus en plus multi-ethniques/-linguistiques/-culturels. Cette évolution provoque de nouvelles tensions entre les publics locaux/nationaux et les touristes internationaux, notamment dans les grandes métropoles comme Dubrovnik, Venise ou Barcelone. Le vieillissement de la population rend l'enjeu de la transmission de l'histoire orale plus importante. Les pratiques culturelles évoluent de plus en plus vite (MUSEUM → ME-SEUM ; comment passer du concept de musée à un concept de musée « pour soi ») : les usages culturels s'orientent de plus en plus vers le partage temporaire de codes culturels non issus de la tradition muséale, par l'acquisition de nouveaux statuts éphémères et avec le souhait de se renouveler constamment.

¹⁰ John Berger, *Ways of seeing*, BBC 2, 1972

Les institutions culturelles et les musées évoluent également. On voit l'émergence de nouvelles formes et de nouvelles institutions muséales :

- Des musées hybrides orientés vers les objets
- Des musées narratifs orientés par les histoires
- Des musées portables/ passerelles orientés vers différents types d'usagers et de visiteurs

Il est essentiel de faire en sorte de joindre à nouveau les cultures, les générations, en apportant la sensation et l'information concernant le contexte, en établissant de nouvelles connexions, de nouvelles perspectives, de manière pertinente.

L'identité est un fluide comme l'eau. La notion même de communauté d'usagers se dilue. Les communautés ne sont pas des structures stables. Elles sont très évolutives en fonction des modes et des comportements. Chaque communauté culturelle adopte et adapte des usages et pratiques culturelles qui sont hautement spéculatifs et évolutifs.

Un tourisme durable et soutenable, enjeu mondial pour l'UNESCO

Au niveau international, le tourisme se métamorphose lui aussi. Après le « Grand Tour » réalisé par les Européens du nord en Italie et en Grèce au début du XVIIIème siècle, puis la redécouverte du patrimoine culturel de l'Europe par les Américains aux XIXème et XXème siècles, et les groupes organisés de japonais des années 80-90, émerge une nouvelle forme de tourisme de masse : le tourisme effectué de manière individuelle par les chinois. C'est un nouveau challenge au niveau international avec la perspective de l'intensification des mobilités touristiques, le développement du tourisme de masse au niveau international.

Au niveau de l'UNESCO, le développement du tourisme (UNESCO Tourism Sustainable Toolkit, <http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/how-use-guide>) est identifié comme une opportunité pour le patrimoine culturel car il permet de soutenir :

- La participation des communautés locales
- La construction d'une identité européenne
- Le développement de produits transnationaux et des industries culturelles et créatives

Ces développements doivent s'appuyer sur un renforcement des compétences, une amélioration de la qualité du management, du marketing et de la connectivité transnationale entre les acteurs, d'une meilleure gouvernance du niveau régional au niveau européen. L'UNESCO est par exemple en train de travailler avec la Commission européenne pour le développement d'un schéma d'itinéraires culturels transnationaux.

Le dépassement des tensions touristes/habitants est rendu possible si on peut développer un engagement au niveau des habitants locaux et si le tourisme peut développer l'économie locale. Pour l'UNESCO, le renforcement des capacités de participation des communautés locales dans la production de services culturels touristiques contribue à l'émergence de nouveaux modèles économiques.

Adopter une démarche interculturelle

Les participants du projet HIIP ont eu l'opportunité, à l'occasion de leurs mobilités ERASMUS+, de se former à l'étranger dans un cadre interculturel. En faisant appel à des formateurs francophones étrangers, en expérimentant de nouvelles pratiques dans un autre pays européen, ils/elles ont eu l'opportunité de découvrir de nouvelles cultures, d'interagir avec elles, et de mettre en dialogue ses différences.

Le dialogue interculturel doit être plus précisément défini en termes de cadre. Il s'agit d'un dialogue entre différents pays et/ou entre les cultures à l'intérieur de ces différents pays qui inclut aussi l'enjeu de la promotion d'une compréhension mutuelle.

L'enjeu du dialogue interculturel est de savoir comment l'héritage culturel (le passé) peut inspirer et éclairer la création contemporaine au présent et favoriser le dialogue entre les cultures européennes et non-européennes. C'est aussi l'acceptation du regard d'autrui, de l'autre sur soi-même. C'est aussi la confiance et l'ouverture d'esprit sur ce que l'autre peut nous apporter. L'enjeu du dialogue interculturel pose également la question de la formation à l'approche interculturelle.

Au regard de leur expérience, la démarche interculturelle a aidé les participants du projet HIIP à adopter une posture plus ouverte et explicite, à dépasser leur tendance à porter un jugement de valeur, ne pas imposer une vérité, être davantage à l'écoute.

Chaque culture possède ses propres codes sociaux. Adopter une démarche interculturelle permet de créer de « l'en-commun », c'est-à-dire de faire ressortir ce qu'il y a de commun en chacun et d'accueillir, avec bienveillance et sans rapport de hiérarchisation, la différence :

« Partager des pratiques culturelles, que ce soit en faisant de la musique, de la cuisine ou en suivant un atelier d'écriture permet de faire bouger les représentations que chacun a des codes de l'autre, de construire des codes communs, un langage commun et donc des valeurs communes, autour de ce qui fait sens pour tous. [...] Ainsi, les codes sociaux sont comme les langues : mieux

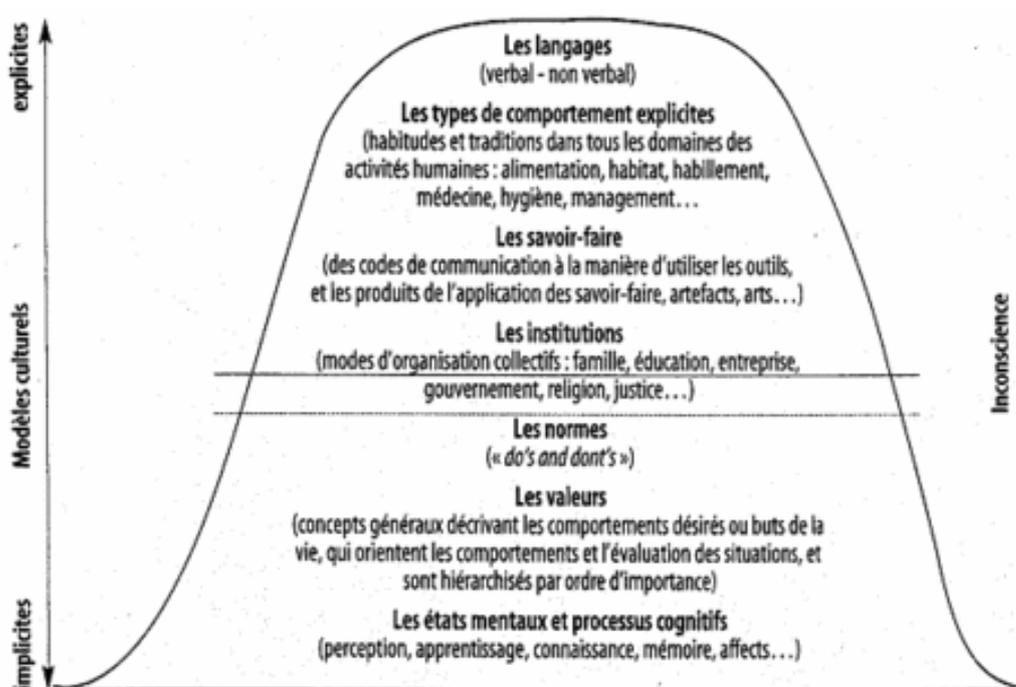
vaut en maîtriser plusieurs, ou au moins savoir qu'ils existent, qu'ils sont différents des siens et également porteurs de valeurs »¹¹

La démarche interculturelle demande une prise de conscience des valeurs de chacun/chacune. Elle permet à terme de faire face aux différences (modes de vie, goûts, performances artistiques inattendues, etc) sans se sentir en danger.

Le décentrement : se détacher de sa vérité pour ne pas porter de jugement de valeur

Nos comportements et nos réactions sont les parties visibles de nous-mêmes, ils sont régis par un système complexe de valeurs, de croyances et de peurs. Lorsque nous portons un jugement sur l'attitude d'une personne, il y a toujours un risque de se tromper, par ignorance des valeurs et du parcours intime de cette personne.

Le sociologue Melchior a illustrée la culture au sens large sous l'aspect d'un iceberg. La partie immergée représente les manifestations visibles de la culture, comme la langue ou les traditions culinaires ; la partie submergée représente les racines profondes de celle-ci, soit les vérités universelles, qu'une personne tient pour évidentes. Sous cette métaphore, nous comprenons mieux pourquoi une personne peut être ébranlée lorsque l'on touche à ce qui relève pour elle d'une évidence. C'est aussi dans la partie inférieure de l'iceberg que nous retrouvons également les normes, que nous pourrions appeler « morale » et qui correspond à la perception commune à un groupe de ce qui est bien ou mal.



¹¹ Sylvie Dreyfus-Alphandéry et Manon Bord-Cebren, *Livret des Codes sociaux, Liens et frontières*, Bibliothèque Nationale de France, 2014, p.45-46

Définition de la médiation

MÉDIATION¹² n. f. (Ve siècle, du latin *mediatio* : médiation, entre mise) – Équival. angl. : mediation, interpretation ; esp. : mediación ; all. : Vermittlung ; it : mediazione ; port. : mediação.

Initialement, la médiation désigne l'action visant à réconcilier ou mettre d'accord deux ou plusieurs parties, et dans le cadre d'un musée, le public du musée avec ce qui lui est donné à voir. Etymologiquement, nous retrouvons dans « médiation » la racine « med- » signifiant « milieu », racine qui se lit dans plusieurs langues (l'anglais *middle*, l'espagnol *medio*, l'allemand *mitte*), et rappelle que la médiation est liée à l'idée d'une position médiane, à celle d'un tiers qui se place entre deux pôles distants et agit comme un intermédiaire. Si cette posture caractérise bien les aspects juridiques de la médiation, où quelqu'un négocie afin de réconcilier des adversaires et de dégager un *modus vivendi*, cette dimension marque aussi le sens que prend cette notion dans le domaine culturel. Ici, la médiation se place dans un entre-deux, dans un espace qu'elle cherchera à réduire, en provoquant un rapprochement, voire une relation d'appropriation.

Le concept général de médiation sert aussi à penser l'institution même de la culture, en tant que transmission de ce fonds commun qui réunit les participants d'une collectivité et dans lequel ils se reconnaissent. **En ce sens, c'est par la médiation de sa culture qu'un individu perçoit et comprend le monde et sa propre identité.**

Toujours dans le champ culturel, la médiation intervient pour analyser la « mise en public » des idées et des produits culturels ; leur prise en charge médiatique, et décrire leur circulation dans l'espace social global.

En muséologie, le terme de médiation est, depuis plus d'une décennie, fréquemment utilisé en France et dans la francophonie européenne, où l'on parle de « médiation culturelle » et de « médiateur ». Il désigne essentiellement toute une gamme d'interventions menées afin d'établir des ponts entre ce qui est exposé (le voir) et les significations que ces objets et sites peuvent revêtir (le savoir ou l'émotion).

La médiation cherche aussi à favoriser le partage des expériences vécues par les visiteurs dans la sociabilité de la visite, et l'émergence de références communes.

La médiation constitue une notion centrale dans la perspective d'une philosophie herméneutique et réflexive (Paul Ricœur). Elle joue un rôle fondamental dans le projet de compréhension de soi de chaque visiteur, compréhension que le monument ou le site naturel facilite. C'est en effet en passant par la médiation qu'a lieu la rencontre avec des œuvres produites par les autres humains

¹² André Desvallées et François Mairesse, *Concepts-clés de muséologie*, ICOM, Armand Colin, 2010

qu'une subjectivité en arrive à développer une conscience de soi et à comprendre sa propre aventure.

Une telle approche fait du musée, du monument historique ou du lieu naturel, détenteur de témoins et signes d'humanité, un des lieux par excellence de cette médiation incontournable qui, en offrant un contact avec le monde des œuvres culturelles, conduit chacun sur le chemin d'une plus grande compréhension de soi et de la réalité tout entière.

La médiation culturelle s'adresse à tout le monde et se pratique régulièrement dans nos vies, sans que nous nous en rendions compte. Lorsque votre ami vous parle d'un livre qu'il a lu avec passion et vous le prête, c'est un geste de médiation culturelle.

La médiation permet de faire le lien entre deux personnes, entre deux univers. Le médiateur est un intermédiaire, il construit des passerelles. Il est aussi un créateur dans la mesure où pour ce faire, il invente des dispositifs de délibération, des contenus, des attitudes, du dialogue entre les œuvres. Il met en jeu la parole de chacun. Il suscite une expérience collective autour de thèmes variés.

La médiation culturelle est donc un outil pour inciter un individu ou un groupe à aller vers une expression culturelle qui lui est méconnue. Elle doit autant permettre de faciliter l'accès à des lieux culturels « sacralisés », face auxquels une partie de la population s'autocensure, que d'aider à porter un autre regard sur les espaces et les actes du quotidien qui sont eux aussi porteurs de culture.

« La médiation se définit par un processus qui cherche à susciter des mises en relations, à favoriser une familiarité, à permettre l'émergence d'une prise de parole et à produire des effets générés en matière d'appropriation. C'est la construction du sens, partagé, et réinvesti, chez les protagonistes de la médiation qui sert de cap »¹³.

Faire de la médiation culturelle est avant tout une posture, d'ouverture à l'autre et de transmission. Pour cela, le médiateur a recours à des savoir-être et des savoir-faire. Le médiateur culturel est un tisseur de liens.

La médiation peut se définir comme une méthodologie d'interventions menées afin d'établir des ponts, des liens entre ce qui est exposé et les significations que ces objets et ces sites peuvent revêtir.

La médiation cherche à favoriser le partage des expériences vécues entre visiteurs dans le cadre social de la visite ou de l'expérience, et l'émergence de références communes. Elle peut être identifiée comme une stratégie de communication, d'échanges d'informations, de partage de connaissances à caractère éducatif qui mobilise autour des objets et des collections exposées des

¹³ Serge Chaumier, François Mairesse, *La médiation culturelle*, Armand Colin, 2013, p. 57

technologies diverses pour mettre à la portée des visiteurs des moyens de mieux comprendre certaines dimensions et de partager des appropriations en commun.

Le terme de médiation touche à des notions voisines de communication, d'animation et surtout à la notion d'interprétation, très présente dans le monde anglo-saxon, et qui recouvre une bonne partie la notion de médiation.

La notion d'interprétation du patrimoine culturel

Comme la médiation, l'interprétation suppose un écart, une distance à surmonter entre ce qui est immédiatement perçu et les significations sous-jacentes des phénomènes naturels, culturels et historiques. **Comme les moyens de médiation, l'interprétation se matérialise dans des interventions humaines (interpersonnelles) et dans des supports qui s'ajoutent à la simple présentation des objets exposés pour en suggérer les significations et l'importance.**

Née dans le contexte des parcs naturels américains, la notion d'interprétation s'est ensuite étendue pour désigner le caractère herméneutique des expériences de visite dans les sites naturels et historiques ; aussi se définit-elle comme une « révélation » et un « dévoilement » qui mènent les visiteurs vers la compréhension, puis vers l'appréciation et enfin vers la protection des patrimoines qu'elle prend comme objet.

Voici quelques définitions de la notion d'interprétation du patrimoine culturel

Ministère des loisirs, de la chasse et de la pêche (Québec) : Un processus qui vise à communiquer au public la signification et la valeur du patrimoine naturel et culturel, en impliquant directement l'individu dans des contextes en vue de le rendre conscient de la place qu'il occupe dans l'environnement (dans l'espace et dans le temps)

DON ALDRIDGE (Grande-Bretagne) – « *L'interprétation est l'art d'expliquer la place de l'homme dans l'environnement pour rendre le visiteur conscient de l'importance des relations qui en découlent et pour éveiller un désir de contribuer à la conservation de l'environnement* »¹⁴

« Interpréter, c'est traduire le monde dans la langue des visiteurs ».

¹⁴ Don Aldridge, *Principles of countryside interpretation and interpretive planning*, H.M.S.O. for Countryside Commission for Scotland, 1975.

La définition la plus couramment utilisée est celle de Freeman Tilden, qui, à la demande des Parcs nationaux américains, a écrit en 1957 un ouvrage de référence « *Interpreting our heritage* »¹⁵. Afin de préciser sa définition, Tilden énonce six principes qu'il présente comme suit (les éléments sont soulignés par nous) :

1. Toute interprétation d'un paysage, d'une exposition ou d'un récit qui n'en appelle pas d'une façon ou d'une autre à un trait de la personnalité ou de l'expérience d'un visiteur est stérile
2. L'information n'est pas de l'interprétation. Celle-ci est une révélation basée sur l'information. Les deux choses sont totalement différentes. Mais toute interprétation présente des informations.
3. L'interprétation est un art qui combine de nombreux arts, que la matière première soit scientifique, historique ou architecturale. Tout art peut s'enseigner dans une certaine mesure.
4. L'interprétation cherche à provoquer (éveiller la curiosité) plutôt qu'à instruire
5. L'interprétation devrait viser à présenter un ensemble plutôt qu'une partie, et doit s'adresser à l'humanité toute entière plutôt qu'à une phase donnée
6. L'interprétation adressée aux enfants ne devrait pas être une dilution de la présentation faite aux adultes, mais doit suivre une approche fondamentalement différente. Elle nécessite un programme distinct.

¹⁵ Freeman Tilden, *Interpreting our Heritage*, Chapel Hill : University of North Carolina : Carolina Press, 1957 .- 119 pages

Une nouvelle définition de l'interprétation du patrimoine culturel consiste à adopter une approche qui soit plus « systémique » qu'« analytique », en reprenant la distinction établie par Joël de Rosnay dans « Le Macroscopie »¹⁶:

ETRE SYSTEMIQUE... PLUTÔT QU'ANALYTIQUE ET SYSTEMATIQUE, EN INTERPRETATION DU PATRIMOINE CULTUREL	
<p>L'approche analytique</p> <p>Isole : se concentre sur les éléments</p> <p>Considère la nature des interactions. S'appuie sur la précision des détails. La validation des faits se réalise par la preuve expérimentale dans le cadre d'une théorie.</p> <p>Conduit à un enseignement par discipline</p> <p>Connaissance des détails, buts mal définis.</p> <p>Vision statique</p> <p>Issue de la pensée classique : causalité linéaire.</p> <p>L'explication s'appuie sur un enchaînement de cause à effet étalé dans le temps</p> <p>Approche efficace lorsque les interactions sont faibles</p>	<p>L'approche systémique</p> <p>Relie : se concentre sur les <u>interactions</u> entre les éléments</p> <p>Considère les effets des interactions. S'appuie sur la <u>perception globale</u>. La validation des faits se réalise par comparaison du fonctionnement <u>pluridisciplinaire</u>.</p> <p>Connaissance des buts, détails flous</p> <p>Vision <u>dynamique</u></p> <p>Issue de la pensée moderne : causalité circulaire qui s'ouvre sur la finalité</p> <p>L'explication s'appuie sur les <u>cycles</u> et les <u>échanges</u></p> <p>Approche efficace lorsque les interactions sont non linéaires et fortes</p>

¹⁶ Joël de Rosnay, *Le Macroscopie*, Editions du Seuil, 1975

La National Association for Interpretation (NAI) <http://www.interpnet.com/>

basée aux Etats-Unis définit l'interprétation comme une communication fondée sur une mission qui crée des connections émotionnelles et intellectuelle entre les intérêts de l'audience et le sens inhérent aux ressources.

Pour David Larsen, l'interprétation connecte les éléments tangibles avec les éléments intangibles du patrimoine culturel¹⁷ :

- Les tangibles sont des objets particuliers, spécifiques, perceptibles par les sens ; les concepts qui font référence aux éléments tangibles se réfèrent à l'intellect humain, les connaissances et/ou à l'expérience directe
- Les intangibles sont formés de valeurs (la liberté, la justice, etc.), les sentiments, les émotions, les concepts philosophiques, la raison humaine

Pourquoi « interpréter » le patrimoine culturel ?

- Pour améliorer les connaissances et le niveau de conscience du public ?
- Pour redonner du sens aux échanges entre les publics et contribuer au vivre ensemble ?
- Pour faciliter la compréhension entre les publics et les peuples ?
- Pour sauvegarder nos valeurs pour les générations futures ?

Avant toute chose, il faut distinguer imagination, créativité et connaissance. Albert Einstein disait : *“Je crois en l'intuition et l'inspiration. L'imagination est plus importante que la connaissance. Mais les connaissances sont limitées, alors que l'imagination peut embrasser le monde entier »*¹⁸. Si on développe cette idée, on peut dire que créer ou imaginer est plus simple, plus accessible que l'acte d'interpréter qui demande la maîtrise de plus de compétences et de savoirs artistiques et culturels.

Si le patrimoine culturel et son utilisation peuvent avoir un impact politique, économique, social, peut-on déterminer l'impact de l'interprétation sur ce même patrimoine ? Cet impact existe-t-il ? Peut-on assumer l'idée que dans certains cas, l'interprétation du patrimoine culturel n'a pas d'impact ? Savons-nous réellement quels sont les souhaits des « nouveaux publics ? ». La plupart des interprétations du patrimoine ne sont-elles pas particulièrement « réductrices » et limitées dans leur message ? Peut-on définir l'acte d'interprétation comme un moment d'engagement qui permet aux participants de prendre conscience qu'ils appartiennent à un groupe ? Ne sommes-

¹⁷ David Larsen, *Interpretive themes*, brochure, Washington DC, Eastern National, 2003

¹⁸ Citation traduite de l'anglais : « *I believe in intuition and inspiration. Imagination is more important than knowledge. For knowledge is limited, whereas imagination embraces the entire world* »

nous pas en train de négliger de nouvelles opportunités de mieux engager des publics transnationaux dans des approches et des dispositifs qui soient encore plus significatifs ?

Pour commencer à répondre à ces questions, on peut dire en premier lieu que l'acte d'interprétation prend place dans le contexte de son exécution. L'acte d'interprétation permet de prendre conscience de ce contexte et que nous partageons ce contexte avec ceux qui agissent avec nous au même moment. Dans le cadre européen, l'interprétation du patrimoine culturel (artistique, historique, religieux) nous permet de (re)prendre conscience de cet héritage et du cadre dans lequel l'acte d'interprétation s'inscrit aujourd'hui.

De plus, il faut prendre en compte une conception élargie de l'interprétation du patrimoine culturel qui prend acte du fait que :

- le même objet ou le même contenu peut être interprété de manière différente, voire opposée, par différentes personnes,
- ces différentes interprétations du même objet, contenu, peuvent être également valables.
- dans une définition plus étendue (para-sources), tout devient héritage culturel (objets, image, document, phénomène). Chaque personne donne par lui-même le sens aux objets divers qu'ils/elles identifient et collectionnent.

La mission de l'interprétation du patrimoine culturel et naturel aujourd'hui est de faciliter l'expérience directe, d'inclure un regard pluriel dans les processus de création de sens.

De ce fait, il est essentiel d'organiser un dialogue entre ces différentes interprétations, dans ce que l'on peut appeler un arc interprétatif efficace : Interprétation → Traduction → Réalisation → Intégration.

La méthodologie suivante est utilisée par le gestionnaire des parcs naturels du Colorado :

1. Ouvrir le dialogue : chacun peut s'exprimer librement avec sa propre expérience
2. Construire une communauté en prenant en compte les ressources disponibles et en revivifiant des matériaux anciens
3. Prendre en compte les parties prenantes et déterminer les communautés pour lesquelles nous souhaitons agir
4. Partager des opinions et déterminer/développer les contenus qui soient pertinents pour l'ensemble de la communauté d'action
5. Partager les expériences
 - a. Prendre en compte l'histoire individuelle de chacun
 - b. Déterminer des héritages communs

- c. Trouver des similarités / similitudes
 - d. Identifier les ressources disponibles, les connections spirituelles
 - e. Exprimer la beauté
6. Explorer l'expérience des autres

L'enjeu est de mettre véritablement le public au centre du processus créatif pour permettre l'ACTUALISATION des contenus afin de redonner du sens au passé.

L'enjeu de l'interprétation PARTAGÉE du patrimoine culturel est qu'elle permet d'insérer les participants pour les transformer. Cette démarche permet d'initier un processus de travail et ainsi de déterminer ce qui est (bientôt/pas encore) notre héritage culturel.

C'est un acte de REFONDATION.

PARTIE 2 – RECOMMANDATIONS METHODOLOGIQUES PRATIQUES

Dans cette seconde partie, nous commencerons par analyser des études de cas que les participants du projet HIIP ont pu analyser à l'étranger lors de leurs mobilités, avant de retirer de ces expériences les enseignements théoriques et pratiques essentiels.

Exemple de projets participatifs innovants identifiés lors de mobilité ERASMUS+ :

a) Ville de Dubrovnik (Croatie)

Ville de Dubrovnik / Office de Tourisme: Blaženka Kordić: info@tzdubrovnik.hr

Ville de Dubrovnik / Direction des affaires culturelles et du patrimoine culturel; Ana Hilje: ahilje@dubrovnik.hr

Ville de Dubrovnik / Direction du tourisme; Biserka Simatovic: bsimatovic@dubrovnik.hr

Association ORLANDO (music, art); Jadranka Katić: jadranka.katic@gmail.com

Association „SVE OSTLOJE GLAZBA“ (Le Reste est Musique), Ivana Jelača sog@sveostalojeglazba.com ; <http://www.sveostalojeglazba.com/>

La Ville de Dubrovnik est classée au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 1979. Mais la ville a connu un destin tragique pendant la guerre de Yougoslavie entre octobre 1991 et mai 1992. Le siège de la ville par l'Armée Populaire Yougoslave provoqua de nombreux morts et la destruction de près de la moitié du centre-ville historique, qui a été reconstruit depuis.

Avec le développement du tourisme et la mondialisation, ce territoire est particulièrement sous tensions car il accueille près de 100.000 visiteurs par jour (!). Cette situation est particulièrement préoccupante notamment en termes de gestion urbaine, de transports, de sécurité et de démocratie. Les habitants se sentent parfois dépossédés de leur propre territoire.

Dans ce cadre, l'un des principaux enjeux pour Dubrovnik est de développer des activités culturelles pendant toute l'année afin de désengorger la concentration touristique de l'été et de lisser autant que possible leurs flux sur les autres saisons. Cette démarche a aussi pour objectif de conserver une ville animée pendant le « hors saison » pour développer des activités dédiées aux habitants de Dubrovnik qui sont un peu les « laisser pour compte ». Une association des habitants de Dubrovnik est en train de se créer afin que les pouvoirs publics prennent davantage en compte les droits des citoyens et des habitants dans la vie culturelle des villes dans un objectif de durabilité et de soutenabilité.

La Ville de Dubrovnik avec l'ensemble de ses partenaires touristiques (Office de Tourisme), culturels (Festival d'été de Dubrovnik, Orchestre symphonique de Dubrovnik, Musées) et sociaux, se mobilisent pour développer des activités culturelles en direction des habitants.

Au niveau socioculturel, l'association ORLANDO propose des projets participatifs en direction des habitants en partenariat avec les musées de Dubrovnik. ORLANDO développe également des projets interculturels en coopération avec les pays limitrophes (Italie, Bosnie-Herzégovine, Montenegro).

L'association non-gouvernementale "Sve ostalo je glazba" (SOG) (Le Reste est Musique) a été fondée à Dubrovnik, en 2012, par la pianiste Ivana Jelača, le guitariste Damjan Bučić et le directeur de théâtre Frana Marija Vranković. SOG propose des actions de médiation culturelles et artistiques innovantes en faisant appel à une approche interdisciplinaire associant musique classique et théâtre. Par des performances musicales éducatives et des ateliers d'écoute, SOG fait découvrir la musique classique sous d'autres formats. Plutôt que de rester assis pendant deux heures dans une salle de concerts avec un livre-programme à la main, leurs « patchworks » scéniques offrent au public une opportunité pour « bousculer » la forme canonique du concert de musique classique grâce à des scènes de théâtre. Grâce à ces formats scénarisés, les spectateurs peuvent ainsi apprendre de manière ludique, pendant la performance musicale, des informations pertinentes sur les compositeurs et les œuvres qui sont interprétées sous leurs yeux. Les musiciens sont à la fois instrumentistes mais aussi acteurs. Avec l'utilisation de costumes, les musiciens peuvent recréer les ambiances de l'époque. Ainsi, les compositeurs et les musiciens du passé semblent renaître sur scène en faisant ressusciter le contexte historique de l'époque. En direction des habitants de Dubrovnik, l'association SOG a par exemple développé un cycle d'activités intitulé « Gioachino' cuisine » qui mélange gastronomie, performance théâtrale et médiation de la musique, tous les trois inspirées des histoires des opéras du compositeur Gioachino Rossini.

b) Ville de Skanderborg (Danemark)

Ville de Skanderborg ; direction des affaires culturelles et du Arts Council ; Nina Bangsbo Dissing, manager du projet eSCAPE

Email nina.bangsbo.dissing@skanderborg.dk

www.skanderborg.dk et www.kunstraad.dk

La ville de Skanderborg est située dans la province centrale du Jutland à côté d'Aarhus et de l'aéroport de Billund. La ville compte 58.000 habitants environ. Pour son développement culturel, la Ville de Skanderborg partage deux visions :

- Etre un lieu agréable pour vivre, pour travailler et faire des affaires
- Sa vie culturelle doit créer du bonheur, de l'identité, de l'engagement et de la qualité de vie

Sa stratégie très inclusive consiste à coopérer avec l'ensemble de ses habitants pour créer des changements positifs qui permettent à sa population de continuer de croître. Une croissance coordonnée et « raisonnée » permet de créer du dynamisme au sein de ses communautés locales, en apportant de nouvelles impulsions, de nouvelles perspectives et de nouvelles ressources.

La Ville de Skanderborg développe depuis 2007 des projets de coopération artistique et culturelle qui implique des habitants de la ville et ses différentes communautés. Le bénévolat et le volontariat jouent un rôle central, même dans le fonctionnement régulier de ses institutions culturelles. Sa Kulturhuset (Maison de la Culture, <http://www.kulturhuset-skanderborg.dk>) a été construite en 1998 et propose aux habitants une salle de spectacle, un cinéma, une bibliothèque. Le financement de la construction de la Kulturhuset a été réalisé sur la base d'un compromis avec la communauté des habitants de Skanderborg qui devaient en contrepartie en assurer la gestion et le fonctionnement quotidien. Ce partenariat « public – société civile » fait partie des actes constitutifs de la Kulturhuset qui prévoit également un partage du pouvoir de décision dans la gestion des activités de la structure. Son fonctionnement est assuré par 2,5 salariés permanents (une administratrice et une comptable) et par une association qui rassemble plus de 300 bénévoles (principalement des retraités) qui s'investissent au quotidien dans l'ensemble de la réalisation de ses activités. Un conseil élu parmi ces bénévoles est responsable de la gestion et de l'exploitation de la structure. Les bénévoles volontaires participent également de manière démocratique à la programmation culturelle de ses activités, au choix des artistes et des spectacles. Année après année, le fonctionnement de la Kulturhuset a été assuré et le succès de sa programmation a permis à son budget de croître et ainsi de financer le développement de nouvelles activités. La Kulturhuset accueille plus de 300.000 visiteurs par an. Aujourd'hui, seule sa cafétéria est assurée dans le cadre d'un bail commercial avec une entreprise privée.

La ville de Skanderborg travaille avec l'ensemble de ses établissements culturels (musées, sites patrimoniaux, artistes, habitants) à la réalisation d'un projet collaboratif de co-création artistique interdisciplinaire nommé « eSCAPE – Art, Archéologie, Tourisme, Temps ». Ce projet est piloté par la ville de Skanderborg en coopération avec les entités qu'elle gère par ailleurs :

- Les musées de Skanderborg – placés sous la supervision de l'Agence Danoise du Patrimoine (The Heritage Agency) – qui rassemblent les six musées et les six centres d'archives de la ville dont celui de l'Abbaye de Øm

- L'office de tourisme de Skanderborg (VisitSkanderborg) qui développe le tourisme au niveau national et international
- Le Conseil des Arts (Skanderborg Art Council) qui est composé de trois artistes professionnels, un historien de l'art, un architecte et un directeur des musées

Initié en 2014, le projet eSCAPE développe ses activités sur la base de résidences d'artiste. La vision originale développée par la ville de Skanderborg et les artistes invités est que l'archéologie et l'art contemporain peuvent être considérés comme des interprétations de l'histoire, du temps et du lieu où l'œuvre est créée. Ainsi, sur le site préhistorique de Alken Enge, des fouilles ont été réalisées et ont permis d'identifier que ce lieu était au temps préhistorique une vallée où se déroulaient des sacrifices humains. A proximité d'Alken Enge, l'artiste danois Jørgen Hansen a réalisé avec un groupe d'habitants un projet participatif intitulé « Ring of Bones », sous la forme d'une grande sculpture d'argile brûlante, prenant la forme d'un photophore géant. La sculpture est un projet collectif et participatif qui réinterprète le site et l'histoire unique de ce paysage naturel en associant les habitants du territoire et en redonnant du sens à cet espace naturel. La construction a nécessité plus de 5 tonnes d'argile issues d'une carrière locale pour la sculpture. Il a fallu à peine trois semaines à Jørgen Hansen et à ses collaborateurs pour construire la structure. Lorsque la sculpture a été terminée, cette œuvre d'art contemporain éphémère a été brûlée sur place dans un four recouvert de plastique. Après un jour de cuisson, la nuit suivante, le four a été retiré et la sculpture rougeoyante de braises a été révélée au public dans l'obscurité du soir. Au cours de ces trois semaines, le projet a permis un grand rassemblement de la population locale aux cours d'ateliers qui ont rassemblé plus de 700 personnes au total.

<https://vimeo.com/137766539>

La visite guidée dont nous avons pu bénéficier à l'Abbaye de Øm a été particulièrement instructive en termes d'outils muséographiques et d'approche de médiation. Il s'agit d'une abbaye médiévale dont les fondations remontent – comme l'Abbaye aux Dames de Saintes – au XIème siècle. En termes d'expérience, le visiteur vit une immersion originale puisqu'on l'invite à son arrivée à revêtir l'habit d'un moine pour effectuer sa visite. Ce type de pratique et d'immersion du visiteur est encore très peu répandu en France. L'Abbaye de Øm est également un défi en termes d'interprétation et de narration car l'ensemble du monument a été détruit au XVème siècle. Ne restent que les ruines et les traces des emplacements des différents bâtiments de l'ancien monastère. Un bâtiment adjacent présente au public le résultat des fouilles et les nombreux objets, reliques et crânes qui ont été excavés sur le site.

c) Palazzetto Bru – Zane – Centre de musique romantique française de Venise (Italie)

Contact : Florence Alibert, directrice générale,

Email ; fa@bru-zane.com

<http://www.bru-zane.com/fr/>

Le Palazzetto Bru-Zane est le centre musical spécialisé dans la musique romantique française. Répondant au souhait de son mécène fondateur, Madame Bru, il est basé à Venise dans un palazzetto qui a été entièrement restauré à cette occasion.

Les activités du Palazzetto Bru-Zane s'organisent entre activités de recherche (réédition de partitions musicales perdues ou oubliées), productions musicales de ces œuvres (récitals et concerts de musique de chambre à Venise, production d'orchestre à Paris pour des raisons économiques), et actions de médiation de la musique à Venise et dans la région vénitienne. Depuis quelques temps, le Palazzetto Bru-Zane a même développé sa propre webradio.

L'ambition du Palazzetto Bru-Zane est de diffuser une meilleure appréciation du répertoire romantique français en direction de tous les publics, du niveau local à l'international. Mais l'une des principales difficultés du Palazzetto dans cette démarche de développement des publics vient du fait que, face à l'afflux des touristes étrangers (comme dans d'autres capitales culturelles et touristiques européennes ; Dubrovnik et Barcelone), la population des résidents vénitiens à Venise décroît de plus en plus. Les vénitiens quittent Venise et préfèrent déménager sur la côte. Comme le contenu culturel et artistique de son projet est également très spécialisé, et que le siège du Palazzetto n'est pas ouvert de manière permanente pendant toute l'année, l'un des principaux enjeux pour la structure est d'identifier et de développer de nouveaux outils pour renforcer des liens plus étroits et une meilleure relation avec les habitants de la ville de Venise.

En termes de médiation, le Palazzetto concentre son activité sur les actions dédiées à la découverte de la musique romantique. Le premier dimanche de chaque mois, des visites guidées gratuites sont proposées aux familles et aux habitants de Venise au cours desquelles sont proposés des ateliers participatifs de création d'instruments. Le Palazzetto, avec des Ipad, a organisé au sein du Palazzetto une « chasse aux sons ». Il propose également des concerts « familles » élaborés pour un public composé d'adultes et d'enfants, comme introduction aux concerts du soir.

Afin de développer ses publics en direction des habitants de Venise, la Palazzetto a pu remettre à l'honneur le monument historique qui est l'écrin de son projet en organisant de nouvelles actions de médiation par l'organisation de visites guidées (en français, italien, anglais) en mettant en place un partenariat innovant avec le soutien de la délégation vénitienne du Fondo Ambiente Italia (<http://www.fondoambiente.it/>).

Le Fondo Ambiente Italia (FAI) est une structure associative qui rassemble de jeunes bénévoles passionnés par le patrimoine culturel, sa promotion et sa protection. Les missions du FAI sont doubles:

- la promotion du patrimoine culturel et naturel, tangible et intangible, de l'Italie
- la protection de cet héritage qui forme une part de l'identité du peuple italien

Le FAI est une fondation (trust) à but non lucratif qui a été fondé en 1975 sur le modèle des National Trust britanniques. Dans le contenu de ses activités, il prend en compte une définition élargie du patrimoine culturel. Le FAI s'intéresse non seulement aux lieux de vie des habitants mais aussi à leur manière de vivre. Le FAI assure la promotion et à la protection des paysages d'Italie, comme le lieu de l'interaction entre des éléments naturels et l'activité humaine (architecture, art, économie, ruralité, artisanat)

L'implication de ses membres bénévoles est essentielle à son fonctionnement, que la FAI définit à la fois comme ses principaux bénéficiaires et ses supporteurs (donner = recevoir). La FAI se définit dans ses objectifs comme une organisation à visée sociale, et ce sur 3 niveaux:

- au niveau cognitif; par la promotion des connaissances, de la compréhension d'une meilleure conscience de l'identité culturelle italienne
- au niveau émotionnel et affectif, par des initiatives qui engagent les sens et les émotions
- au niveau actif, en encourageant leurs publics à démontrer leur engagement civique et à s'investir activement dans leurs missions par le bénévolat et le volontariat

Il rassemble de jeunes volontaires de 18 à 37 ans en moyenne. Le FAI est très bien organisé et a développé une politique de développement de nouveaux membres très active et très bien structurée. Ce qui est très intéressant à souligner, c'est que la principale motivation des jeunes bénévoles du FAI est de rencontrer d'autres jeunes adultes de leur âge, dans un cadre convivial et informel. Leur objectif est principalement social ; rencontrer et élargir le cercle de leurs amis, développer des nouvelles relations personnelles avec d'autres jeunes qui partagent la même passion pour la protection du patrimoine culturel. Ces jeunes adultes sont soit des étudiants en fin de cursus ou de jeunes actifs (salariés ou entrepreneurs). Au niveau opérationnel, le FAI organise un ou deux regroupements régionaux par mois, au cours desquels les jeunes bénévoles sont formés à devenir les guides du patrimoine pour les monuments de leur territoire, en reprenant la pratique d'interprétation systémique de Tilden et inspirée des National Trusts britanniques. Le FAI organise chaque année un événement national et des journées « portes ouvertes » dans des monuments historiques et des lieux qui ne sont d'habitude pas accessibles au public. Ainsi, dans la région de Venise, une équipe de 25 volontaires assurent la promotion de certains sites et monuments historiques de la Ville, comme le Negozio Olivetti qui se trouve sur la Place San Marco <http://www.negoziolivetti.it/il-negozio-e-il-fai> Les jeunes bénévoles du FAI sont tellement enthousiastes et investis dans leurs mission qu'ils considèrent presque ces

activités comme un second métier. Sur leur proposition, des membres de la délégation du FAI de Venise ont proposé au Pallazetto Bru-Zane d'organiser de nouveaux formats de visites guidées, en amont des concerts avec des « happy hours » en présence des artistes invités, dans les jardins du Pallazetto. Ce type d'initiatives et de format permet à la fois pour le Pallazetto d'atteindre de nouveaux publics (notamment plus jeunes) et pour le FAI de poursuivre le développement de ses membres en proposant des activités de haute qualité.

d) « Granada Greeters » / Association des Greeters de Grenade (Espagne)

Contact : Begoña Bilbao, manager

E-mail: info@granadagreeters.com

Web: www.grnadagreeters.com

Le concept de « Greeters » est relativement nouveau et encore peu connu en France. Une mobilité ERASMUS+ à Grenade nous a permis de mieux connaître cette nouvelle pratique d'interprétation du patrimoine culturel et naturel d'un territoire et d'implication des habitants. La démarche des « Greeters » s'appuie sur une dimension éthique très forte. Les six valeurs fondamentales (« CoreValues ») du concept ont été mises en place et sont gérées par le Global Greeter Network, dont voici une traduction :

1. Les Greeters sont bénévoles, ils sont un visage ami pour le(s) visiteur(s)
2. Les Greeters accueillent des individuels et des groupes jusqu'à 6 personnes
3. La rencontre avec un Greeter est entièrement gratuite
4. Les Greeters accueillent toute personne, visiteur et bénévole, sans aucune discrimination.
5. Les réseaux de Greeters s'inscrivent dans une démarche de tourisme durable en respectant l'environnement et l'homme. Ils participent à l'enrichissement culturel et économique des communautés locales et contribuent à l'image positive de la destination.
6. Les réseaux de Greeters favorisent l'enrichissement mutuel et les échanges culturels entre individus pour un monde meilleur.

Ce sont des habitants passionnés qui ont envie de rencontrer, localement, des visiteurs et de partager leurs connaissances et leur passion. Ils se proposent volontairement, durant leur temps libre, d'accompagner les touristes dans leur ville, dans des lieux qui peuvent être insolites ou plus classiques, selon les goûts et les envies de chacun.

Un Greeter n'est pas un guide. Il fait découvrir sa région d'une manière unique, authentique et conviviale, à l'occasion d'une balade, sans que son intervention ne soit une visite guidée, en fonction de l'intérêt des visiteurs. Chaque balade est unique, elle est « taillée sur mesure » en

fonction de la demande du visiteur, du Greeter qui l'accueille, et d'autres critères comme la météo, les atomes crochus entre le visiteur et le Greeter...

Les thèmes de balade sont très divers et peuvent concerner l'art, la culture, la nature, le sport, la gastronomie, le shopping. Les balades sont des supports à la rencontre, à l'échange culturel, à la recherche d'un enrichissement humain mutuel, autant pour les touristes que pour les Greeters. Elles n'ont rien en commun avec des visites guidées professionnelles axées sur l'expérience patrimoniale. Les Greeters accomplissent une démarche personnelle, spontanée et désintéressée. Ils sont indépendants et ne peuvent en aucun cas être considérés comme sous la subordination d'une organisation. La rencontre avec un Greeter est entièrement gratuite pour le visiteur, le Greeter ne doit accepter aucun pourboire ou rétribution pour lui-même.

A Grenade, le groupe de greeters est principalement composé de retraités. Mais le collectif se développe également en direction des plus jeunes. Cette dynamique permet aux plus anciens de transmettre aux plus jeunes un savoir oral sur l'histoire, la culture, le patrimoine culturel matériel et immatériel du territoire de Grenade et de ses environs, et de son évolution récente sur les dernières décennies. Les Greeters ne sont pas des concurrents des guides-conférenciers traditionnels, mais proposent leurs activités en complémentarité des guides professionnels.

Le groupe de Greeters de Grenade avait été informés du fort intérêt des participants de la mobilité pour la musique classique. Dans ce cadre, les deux Greeters nous ont proposé une visite « sur mesure » sur cette thématique. Le principal Greeter était le président d'une harmonie municipale d'un village proche de Grenade, la « Banda Sinfónica Municipal de Ògijares » <http://www.bsmo.es/> et <http://www.oxixares.org/> qui est passionné de musique classique et de musique traditionnelle. Dans ce cadre, le Greeter nous a accompagné à l'auditorium Manuel de Falla afin de nous présenter le directeur de la structure et nous a permis de visiter la maison du compositeur qui jouxte la salle de concert. Le discours du Greeter était émotionnel. Il avait apporté avec lui des photographies personnelles pour nous montrer l'évolution urbanistique de la ville de Grenade depuis les années 50 afin de nous faire prendre conscience de l'évolution du paysage depuis son enfance. La visite de la maison de Manuel de Falla était également très sensible. Elle se déroule dans un authentique « carmen » (maison traditionnelle de Grenade) où toute une collection d'objets du compositeur a été conservé religieusement par sa sœur depuis 1939, année de départ du compositeur pour l'Amérique du Sud.

La qualité d'une visite en compagnie d'un « Greeter » réside plus dans le lien relationnel qui se tisse entre lui et ses visiteurs. Chaque visiteur est particulièrement touché par ce sentiment de générosité et de disponibilité dont font preuve les Greeters, à l'opposé du contact que l'on peut avoir avec des guides professionnels traditionnels (où la visite et les déplacements sont chronométrés à la minute près, comme à l'Alhambra de Grenade par exemple). L'échange ne se termine pas avec la fin de la visite mais se prolonge avec le Greeter autour d'un verre. Le contenu

des échanges entre le Greeter et les visiteurs est encore plus personnel. C'est une occasion de mieux se connaître les uns les autres, de connaître le parcours et l'histoire personnelle de chacun. Cette approche permet véritablement aux visiteurs de mieux connaître un habitant du territoire, de partager avec lui ses passions au-delà de la barrière initiale de la langue, et de tisser de nouvelles solidarités culturelles. A l'issue de l'échange, ont été étudiées les possibilités d'accueillir dans le futur à Saintes la « Banda Sinfónica Municipal de Ôgijares » à l'Abbaye aux Dames.

e) **Stichting Amsterdam Museum / Amsterdam (Pays-Bas)**

Contact : Mirjam Sneeuwloper, responsable du service médiation

Email : M.Sneeuwloper@amsterdammuseum.nl

<https://www.amsterdammuseum.nl/fr>

Le Stichting Amsterdam Museum gère les activités du musée historique de la ville d'Amsterdam. Il existe officiellement depuis 1923 mais a beaucoup évolué depuis. Il accueille plus de 300.000 visiteurs par an. Il propose aux visiteurs et aux touristes un parcours d'exposition qui présente l'évolution de la ville et de la population d'Amsterdam depuis sa fondation, en se basant sur les objets du quotidien. Le parcours du musée est basé sur quatre valeurs qui fondent l'identité de la ville d'Amsterdam et de ses habitants ; la liberté d'entreprendre, la liberté de penser (notamment religieuse), la citoyenneté et la créativité.

Les collections du musée sont composées de peintures, gravures, photographies. Des écrans interactifs sont présentés avec des contenus en 3D. Les visiteurs peuvent avoir l'accompagnement narratif d'un audioguide en plusieurs langues. Mais la caractéristique du musée consiste dans le fait qu'un même parcours de visite linéaire et la même succession d'objets peut être narrées de manière différente en fonction du type de parcours thématique que vous avez choisi.

Le projet du musée a beaucoup évolué depuis ces dernières années pour s'ouvrir davantage aux habitants et aux communautés interculturelles qui font la diversité de la ville d'Amsterdam. Depuis 2011, le musée historique de la ville d'Amsterdam est devenu le « Amsterdam Museum / Passé, Présent, Futur », avec cette ambition de présenter non seulement le passé de la ville, mais aussi et surtout son présent et imaginer son futur. Le musée était parti du constat qu'il bénéficiait à beaucoup de touristes, mais qu'il s'était éloigné des habitants de la ville. Le management du musée a refonder sa stratégie et ses objectifs pour se définir dorénavant comme un musée à vocation sociale. Cette évolution de la stratégie répondait à un enjeu de diversification des publics et des ressources, en direction du public « familles ».

Le musée travaille maintenant depuis de nombreuses années avec différents groupes sociaux (groupes de femmes, musulmans, réfugiés, communautés religieuses, groupes LGBT, etc.) ou des groupes aux besoins spécifiques (comme les malentendants). Ces groupes d'invités et d'habitants locaux sont très actifs.

En termes de méthodologie, le Stichting Amsterdam Museum fonctionne de la manière suivante pour ses nouveaux projets d'exposition participatifs. Le musée lance un appel sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter) pour présenter les objectifs généraux d'une exposition ou un programme d'activités (ateliers). Les discussions sont très ouvertes afin de permettre un maximum aux groupes et aux publics de s'exprimer. Pour que cette démarche porte ses fruits, il est essentiel pour le musée de ne pas présupposer ou anticiper les résultats qu'il souhaiterait atteindre à l'avance, sans quoi les participants auraient l'impression d'être simplement des moyens, que leur parole n'a aucune valeur, et d'être instrumentalisés dans le cadre d'un processus qui leur échappe.

Ainsi, dans le cadre de ces ateliers participatifs, le travail avec les différentes communautés a permis à des groupes d'habitants d'Amsterdam de se saisir des objets parmi les collections du musée qui ont le plus de sens pour eux. Le musée les laisse entièrement libre de sélectionner les objets qu'ils souhaitent. Avec l'appui d'un expert salarié du musée, les participants construisent leur réflexion, élaborent leurs discours et le rédactionnel de l'exposition. Ils disposent les œuvres dans la salle qui leur est dédiée. Par exemple, en novembre 2016, deux parcours spécifiques étaient proposés au public ; une salle d'exposition présentant des objets qui avaient été sélectionnés par la communauté africaine d'Amsterdam et un parcours de visite intégral du musée avait été conçu par un groupe représentant la communauté LGBT de la ville. Ce parcours intitulé « TRANSMISSION » avait pour objectif, à partir de la sélection d'objets du musée qui faisaient sens pour des membres de la communauté transsexuelle d'Amsterdam, d'être un prétexte pour faire exprimer et témoigner des membres de cette communauté afin de faire reconnaître leur parole, leur histoire personnelle, et reconnaître leur genre et leurs désirs. Pendant toute la durée de l'exposition, des bénévoles issus de la communauté LGBT sont à la disposition du public pour répondre à leurs questions et témoigner de leur histoire vécue.

L'adoption de ces démarches inclusives prend beaucoup de temps et d'énergie à l'équipe professionnelle du musée en termes d'organisation et de coordination. Mais ce processus participatif porte ses fruits et développe une véritable relation de confiance avec certains publics qui n'auraient pas franchi jusqu'à présent les portes du musée. Suite à sa participation, chaque membre du musée qui s'est investi dans ce processus participatif est fier de présenter le résultat de son œuvre collective (le projet d'exposition) à ses relations, sa famille et ses amis et ainsi de le faire partager aux autres. Cette démarche inclusive permet d'impliquer véritablement les publics à chaque étape d'une exposition, de sa conception, son implantation, jusqu'à sa

communication et sa production. Le public participatif en devient véritablement le premier ambassadeur et l'un des contributeurs à la stratégie de développement des publics du musée.

f) Palais bourguignon de Malines / Mechelen (Belgique)

Contact : Sigrid Bosmans, responsable du projet

Email : sigrid.bosmans@mechelen.be

La Ville de Mechelen est une des anciennes capitales du Duché de Bourgogne. Elle dispose de 300 monuments classés pour 80.000 habitants. La Ville de Mechelen a mis en place la conception d'un processus collaboratif innovant pour un nouveau projet muséal, le « Palais Bourguignon de Malines ».

Grâce à 50 activités participatives, 40 communautés différentes ont sélectionné et apporté 70 nouveaux objets pour le projet du musée. La conservation des musées a mis en place une plateforme de recherche interdisciplinaire qui a adopté le principe de validation au niveau local, la collaboration avec d'autres villes et la mise en place de partenaires internationaux.

La ville de Mechelen a mis en place une « Activation Platform for Participatory Solutions », avec la mise en place d'une méthode de développement des publics et un cadre de réflexion contributif structuré.

Le projet prévoit la présentation d'une exposition permanente et la présentation de petites expositions temporaires, un haut niveau d'interactivité, et des coopérations avec d'autres institutions. Le projet de Musée bourguignon de Mechelen permet à la communauté locale de se rattacher au passé prestigieux du Grand-Duché de Bourgogne et de contribuer à ressusciter un sentiment de fierté pour les habitants du territoire.

g) Musée d'Ixelles (Belgique) :

Contact : Yves Hanosset, coordinateur de « Patrimoine à Roulettes asbl »

Email : yves.hanosset@gmail.com

Patrimoine à Roulettes a permis aux participants de participer à la réunion de lancement du projet intitulé « Musée d'Ixelles en vadrouille », qui est inscrit dans le cadre des contrats de quartier de la ville d'Ixelles (à côté de Bruxelles), financements similaires aux contrats « Politique de la ville » en France. Patrimoine à Roulettes a répondu, avec le Musée d'Ixelles, à un appel à projets culturel du contrat de quartier, afin de développer de nouvelles activités de médiation culturelle en direction des habitants pendant le chantier de rénovation du musée (2018-2020). L'enjeu est de continuer à faire vivre le musée, même pendant la fermeture, et d'autre part, de faire que les habitants puissent s'approprier ce lieu comme entité culturelle et comme outil de lien social.

Dans ce cadre, « Patrimoine à Roulettes » souhaite mettre en place d'un nouveau dispositif intitulé « Musée comme chez soi », qui consiste en l'exposition d'œuvres du musée le temps d'un weekend chez les habitants volontaires. Cette démarche s'appuie sur différentes phases ;

- 1^{ère} phase : créer la rencontre, se faire connaître dans le quartier, le traverser avec des œuvres sur le dos pour susciter la curiosité et parler du musée, de la fermeture, de l'idée d'héberger une œuvre... > enjeu de médiation : que les gens prennent conscience de l'importance de ces œuvres
- 2^{ème} phase : accompagner les gens à présenter « leur » œuvre et créer un évènement culturel de quartier chez l'habitant (1 week-end/semestre)

Patrimoine à Roulettes et le Musée d'Ixelles prévoient également d'organiser chaque année une fête pour fédérer les habitants du quartier autour du projet. Le musée souhaite faire le lien entre l'une de ces fêtes et la résidence d'un artiste qui va réaliser une fresque avec des habitants. L'enjeu est de s'inscrire dans la vie du quartier, dans les actualités du musée et du quartier (fêtes locales) tout en gardant une singularité et une visibilité. L'idée est d'être présent à n'importe quel moment dans le quartier. D'être de tous les temps forts... Sans pour autant se perdre, sans pour autant dépasser le cadre du projet. Il faut créer du lien avec toutes les personnes/structures portant un projet dans le quartier, et les inviter aux événements du projet « Musée en Vadrouille ».

En termes de méthodologies, la promotion du projet « Musée en vadrouille » auprès de tous les publics n'est possible que sur la base d'une très forte mobilisation des équipes de « Patrimoine à Roulettes » et du Musée d'Ixelles :

- ➔ Battre le pavé
- ➔ Etre présents dans tous les évènements du quartier, avec un visuel marquant
- ➔ Créer des déambulations créatives avec des personnages fictifs pour susciter la curiosité et initier le dialogue avec les habitants ou avec des accessoires (marionnettes) pour informer les habitants sur le projet

Au niveau opérationnel, un enjeu important de l'identité du projet « Musée en vadrouille » concernant son identité visuelle et son plan de communication, pour que le projet soit bien repéré par les habitants et clairement identifié dans la vie quotidienne du quartier. Le projet est porté par « Patrimoine à Roulettes », mais le musée en est le commanditaire. Pour trouver un compromis, le projet lui-même « Musée en vadrouille » doit être identifié par une image ou un logo spécifique.

h) EDINBURGH MUSEUMS & GALLERIES (Ecosse, Royaume-Uni)

Contact : Diana Morton, responsable des musées et galeries de la ville d'Edinburgh

Email : Diana.Morton@edinburgh.gov.uk

Les musées d'Edinburgh Museums & Galleries sont situés au centre-ville d'Edinburgh avec des contenus complémentaires :

- *Le City Art Centre* – qui présente l'art contemporain écossais et international dans un ancien entrepôt
- *People's Story* (L'histoire du peuple) – l'histoire sociale d'Édimbourg : la vie de citoyens depuis 18e siècle
- *The Writers' Museum* (Le Musée d'écrivains) - dédié aux 3 grands écrivains écossais : Robert Burns, Sir Walter Scott et Robert Louis Stevenson
- *Museum of Childhood* (Musée d'enfance) – l'histoire sociale de l'enfance ; une collection de jouets, jeux, poupées, vêtements, etc.
- *Museum of Edinburgh* - l'histoire de la ville

Les musées d'Edinburgh développent depuis de nombreuses années des projets d'expositions participatifs qui impliquent directement certaines communautés d'Edinburgh : scolaires, personnes âgées, femmes battues, communauté LGBT, etc.

Cette démarche de co-construction permet une très forte interdépendance entre la population dans sa diversité et les collections où l'activité culturelle et muséale révèle une très forte implication sociale. En termes d'impacts, certaines actions pédagogiques ont amené davantage de familles et de nouveaux publics à visiter les musées d'Edinburgh. Certaines actions avec des communautés ou des associations ont également permis aux personnes de s'approprier des œuvres ou des lieux.

Exemples de projets de médiation menés par les Musées d'Edinburgh

L'objectif est de travailler avec les habitants d'Édimbourg afin de leur permettre de participer dans les activités de musées, axés sur ces communautés locales qui n'ont pas à présent l'accès à ce genre de services ;

- *Museums Alive* (depuis 2011) : un programme de médiation, qui a remporté des prix, pour les personnes âgées dans les foyers de soin et les centres de jour à Édimbourg ; une équipe de bénévoles qui y organisent des activités le mercredi après-midi (manipulations d'objets, discussions, réminiscences)
- *Art in the City* : des visites du City Art Centre et des musées adaptés aux besoins de personnes atteintes de démence, organisées par des bénévoles une fois par mois
- *Les boîtes de réminiscences* : disponible pour le prêt par des groupes de personnes âgées

- *Museums 4 All*: un projet de recherche en partenariat avec l'Université de St Andrews pour améliorer l'accès aux sites pour les visiteurs
- *Proud City: LGBTQIA+ Edinburgh* : un projet communautaire développé en partenariat avec les groupes locaux de LGBTQIA+, suivi par une exposition dans le musée People's Story sur l'histoire et la vie de LGBTQIA+ dans l'Édimbourg contemporain
- *Citizen Curator* : un projet développé pour inciter les habitants du quartier Leith (surtout les jeunes) de s'engager avec leur patrimoine, suivi par une exposition « Citizen Curator - Discover Leith's Artistic Heritage »
- *L'éducation des adultes* : des opportunités d'apprentissage pour des groupes variés (des personnes souffrant d'incapacité mentale, des immigrés et des réfugiés, etc.)

i) PILSEN – Capitale européenne de la Culture 2015

Contact : Kristýna JirátoVá: +420 777 631 343 ; jiratova@depo2015.cz

Dans le cadre de notre projet HIIP, un groupe de participant a également eu l'opportunité d'être accueilli en stage d'observation auprès de DEPO2015, l'association qui avait en 2015 la responsabilité de la coordination du projet « PILSEN, Capitale européenne de la Culture ».

<https://www.depo2015.cz/en/>

<http://www.plzen2015.cz/en/>

<https://www.youtube.com/watch?v=Qc9xrT-O90k>

DEPO2015 Creative Zone est le résultat durable du projet Pilsen Capitale Européenne de la Culture 2015. Situé dans l'ancienne sucrerie qui est devenue un dépôt de bus au 19ème siècle. DEPO2015 est un espace convivial où la culture et le commerce font bon ménage.

Son but principal est de soutenir les industries créatives. On y trouve un atelier de travail ouvert *Makerspace*, des expositions interactives, un café, un jardin communautaire, des ateliers artistiques et des bureaux à louer, et une salle pour des concerts, des conférences ou des spectacles de théâtre.

Le principal groupe cible comprend les experts et les amateurs enthousiastes pour les industries créatives. Néanmoins, tout public peut profiter des services du *Creative Incubator* pour des start-ups, des ateliers pour l'usage de nouvelles technologies comme l'impression 3D, un FabLab, ainsi que des ateliers d'artisanat plus traditionnel comme la couture, la sérigraphie ou l'orfèvrerie. L'idée est de créer, de produire, d'exposer et vendre tout au même endroit.

L'équipe de DEPO2015 organise également plusieurs festivals à Pilsen et ses alentours : Treffpunkt (un festival tchéco-bavarois à Pilsen et à Regensburg), BLIK BLIK (festival de lumière à Pilsen), les semaines baroques dans la Bohême de l'Ouest, des marchés alimentaires, etc.

Avec Pilsen 2015 (un budget de 60 millions d'euros dont 20 millions d'euros en communication et marketing), la ville a pu développer des programmes de renouvellement urbain ainsi qu'un grand nombre d'évènements destinés à promouvoir l'image de la ville et à lui donner une dimension internationale. Plus de 600 manifestations culturelles ont été organisées en 2015 – le plus vaste projet culturel en République tchèque. Par exemple, *Plzeňské rodinné fotoalbum*, a été un projet communautaire inspiré du projet « Marseille Capitale Européenne de la Culture 2013 » qui consistait en l'exposition de photos fournies par les habitants, présentant des moments de vie de famille depuis les années 1950 et l'histoire vue par le quotidien.

Pilsen 2015 a eu un impact très fort sur la vie culturelle locale, avec un changement positif dans la ville. Les habitants ont plus de respect pour la culture et sont plus réceptifs à l'offre culturelle et plus engagés dans les activités culturelles. Par exemple, 2.000 personnes se sont enregistrées pour participer à la *Fête Européenne des Voisins* en mai 2017 (Site Fête Européenne des Voisins [http://www.european-neighbours-day.com/fr/](http://www.european-neighbours-day.com/fr;); en République tchèque <http://www.evropskydensousedu.cz/>; en France <http://www.lafetedesvoisins.fr/>)

Au niveau touristique, on a comptabilisé ;

- 3,4 millions de visiteurs à Pilsen en 2015 dont 1,4 millions qui ont participé aux événements du projet Pilsen Capitale Européenne de la Culture 2015 : beaucoup de voisins proches (Allemagne, Autriche, Slovaquie) mais aussi des Coréens, des Chinois, des Français. Un tiers de ces visiteurs a passé au moins une nuit sur place. Ils ont dépensé 20 millions d'euros pour 4 millions d'euros investis.
- Le nombre de nuitées à Pilsen a augmenté de 30 %– l'un de plus grands accroissements touristiques dans l'histoire des capitales européennes de la culture
- En 2016, l'accroissement touristique a continué, à la grande surprise des autorités et du secteur culturel et touristique, avec notamment des touristes tchèques

Aujourd'hui le DEPO2015 reste un lieu d'expositions et de festivals (ex. festival de la lumière) qui poursuit son développement avec :

- Un projet de reconstruction et sa transformation en centre des disciplines créatives
- Des nouveaux projets culturels non-traditionnels et alternatifs
- Un objectif de 50% d'activités autofinancées

Sa vision pour les prochains 15-20 années : devenir un centre moderne pour le soutien des industries créatives (nouvelles technologies, artisanat traditionnel), de la culture et de la production contemporaine : être un laboratoire créatif à l'échelle nationale et promouvoir la coopération culturelle et créative internationale, notamment avec la Bavière voisine. DEPO2015 s'inspire de projets similaires en Allemagne et aux Pays-Bas ; au même temps il sert comme

source d'inspiration pour d'autres projets et lieux culturels en République tchèque (ex. dans la ville d'Ostrava)

En termes de bénévolat, l'équipe coordonne les activités des bénévoles à Pilsen (20-30 activités à DEPO2015 et chez les structures partenaires : expositions, concerts, festivals ateliers, événements pour les familles, projets d'aménagement de la ville, marchés traditionnelles, etc.) avec les caractéristiques suivantes :

- 500 bénévoles sont inscrits dans leur base de données, environ 100 actifs
- Les activités de bénévoles comprennent surtout le guidage dans la ville, la supervision pendant les festivals ou des travaux manuels
- Les bénévoles sont principalement des personnes âgées qui identifient le bénévolat comme un moyen d'être actif et d'intégrer une équipe/une communauté
- Pour les jeunes, le bénévolat (qui est moins répandu en République tchèque que dans d'autres pays comme le Royaume-Uni) est un moyen de gagner l'expérience professionnelle

DEPO2015 travaille avec tout un écosystème d'institutions culturelles et sociales qui développe avec elle des activités en partenariat :

JOHAN CENTRUM <http://johancentrum.cz/en/about-us-a665>

Contacts : Petra Štěpánová, directrice petra.stepanova@johancentrum.cz

Eva Kraftová, responsables de production eva.kraftova@johancentrum.cz

C'est le centre associatif pour les projets socio-culturels à Pilsen, situé dans une ancienne gare de train – une espace indépendant pour la culture alternative dans la ville (surtout la danse et le théâtre contemporain) qui a 3 piliers d'activités :

- *projets artistiques* (festivals, théâtre, soutien de la création artistique indépendante dans le domaine des arts du spectacle et des arts contemporains)
- *travail social* (travail de rue, centre de contact et d'information pour les jeunes en difficulté, prévention des phénomènes sociopathologiques, projets de resocialisation, travail avec des bénévoles)
- *projets éducatifs* (éducation à travers l'art, pédagogie du théâtre, développement social et personnel)

Pěstuj prostor

Contact : Silvie Hašlová, coordinatrice des appels ouverts et de la réalisation des projets

Email : haslova@pestujprostor.cz

L'association **Pěstuj prostor**, z. s. www.prostor.plzne.cz est née en 2012, dans le cadre de Pilsen 2015, comme un programme communautaire pour l'aménagement d'espace public. En janvier 2015, l'association devient indépendante pour pouvoir continuer ses activités après la fin du projet Pilsen Capitale Européenne de la Culture 2015. L'association exécute des nombreuses activités pour impliquer le public dans les soins et le développement de l'espace public à Pilsen et pour développer l'éducation dans les domaines de l'architecture, l'urbanisme et l'art. En partenariat avec la ville, des organisations à but non lucratif et des experts indépendants, ils ont réussi à organiser plus d'une centaine d'activités éducatives et communautaires, à transformer des nombreuses lieux oubliés ou négligés à Pilsen, à créer des guides web et imprimés non-traditionnels de l'espace public et de l'architecture, et à mobiliser des centaines d'habitants au travers d'un appel ouvert pour les projets d'aménagement et des événements organisés pour les bénévoles. Les 3 piliers de l'association sont :

- *Participation* (appel ouvert, collaboration avec la ville, projets participatifs pour aménager les espaces publics)
- *Education* (discussions, séminaires, soirées, promenades architecturales, expositions, etc)
- *Réalisation* (ateliers, chantiers internationaux, etc) – les habitants, les responsables de la ville et les experts rassemblés pour réaliser des projets d'aménagement des espaces urbaines, des bords de 4 rivières à Pilsen et des espaces verts

La communauté locale est impliquée directement dans l'aménagement de l'espace public : montrer aux gens ce qui est possible et quelles sont les pratiques ailleurs ; les habitants sont invités à proposer eux-mêmes des projets au travers d'un appel ouvert (315 idées développées pendant les 5 ans d'existence de l'association).

Les habitants sont très mobilisés grâce à l'organisation des événements et des camps de bénévoles pour les communautés (ex. création des liens au travers de la nourriture, travail suivi par un barbecue – work & fun), faciliter l'appropriation de l'espace public par les habitants.

Exemples de projets : construction du mobilier urbain placé au bord de la rivière (bancs, lits de repos), restauration de l'ancienne aire de baignade municipale (projet Plovárna), etc.

Une base de données d'une centaine de bénévoles permet de mieux connaître leur profil. On compte toutes les tranches d'âge, mais beaucoup d'étudiants (surtout pour les camps de travail, y compris des étrangers et des étudiants en architecture) ; aussi des SDF et des membres de la communauté. Leur ambition est de lutter contre les préjugés entre les différentes communautés.

Affirmer une éthique de projet

Dans toute démarche collaborative, il est essentiel d'affirmer un certain nombre de valeurs et de principes et de :

- montrer le respect
- montrer de l'hospitalité et de la convivialité
- être stratégique et pragmatique
- être patient
- bien s'assurer des relais institutionnels
- dépasser les stéréotypes et les préjugés
- accepter la critique
- être responsable

Le conseil international des musées (ICOM) a publié en 2013 un code d'éthique :

http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Codes/code_ethics2013_eng.pdf

Cette éthique peut être affirmée et déclinée dans chaque musée dans le cadre d'une charte.

C'est par exemple le cas de l'European Federation of Natural Parks qui a mis en place une European Charter for Sustainable Tourism :

<http://www.europarc.org/nature/european-charter-sustainable-tourism/>

Dans les prochains paragraphes, nous présentons les principaux enseignements identifiés lors des stages d'observation réalisés lors de nos mobilités ERASMUS+.

Créer de valeurs communes et partagées

Pour construire et élargir ces communautés d'utilisateurs, il est essentiel de les rassembler autour de valeurs communes partagées.

Les valeurs créées peuvent être de nature commémorative, symbolique, sociale, spirituelle. Elles peuvent être héritées du passé ou créées au temps présent par les utilisateurs.

Chacun est à la recherche de plus d'authenticité dans ses expériences. Mais le développement de démarches contributives correspond-elle aux attentes en termes d'authenticité de la part des autres utilisateurs/consommateurs ?

La création de valeur n'est pas identique en fonction des référentiels culturels de chacun. Mais il faut créer des dispositifs collaboratifs qui permettent la création de valeurs communes. **Afin de renforcer cette attente de l'authenticité, le recueil et la promotion des témoignages des**

contributeurs et la construction d'un storytelling adapté permettent de construire cette authenticité pour les usagers. Il faut prendre en compte la personnalité et les ressources de chacun (capital culturel évolutif) afin de l'accompagner vers une médiation et vers une transformation dans ses usages. Il est essentiel que le public donne de la valeur et du sens au projet et aux collections, de partager différentes perspectives et d'entendre d'autres voix.

C'est un challenge de travailler de manière collective avec des points de vue différents. Cela implique que nous ayons la capacité à écouter. Pour que le travail contributif fonctionne, il est essentiel de donner un cadre de travail, un mode de gouvernance démocratique et de définir des tâches à distribuer qui soit accessibles. Les organisations doivent accepter de partager leur pouvoir afin d'organiser un dialogue structuré et d'accepter les valeurs de la communauté et que réciproquement la communauté accepte les siennes.

Attention, le principe d'un travail collaboratif ne fonctionne pas partout. Tout dépend du potentiel et de la volonté des personnes résidants sur le territoire.

L'un des principaux enseignements du projet HIIP consiste dans l'importance de l'interactivité que le médiateur doit installer avec son (ses) public(s). Dans une approche interactive, le médiateur doit avant/pendant/après l'expérience de patrimoine avoir pour mission de :

- AVANT / donner envie, susciter de l'intérêt et interroger les goûts culturels des personnes : « Quels sont les thèmes que vous aimez ? Histoire, peinture, mode, nature, animaux, cuisine, jardinage, etc.
- PENDANT / privilégier l'expression des personnes ; il est essentiel de donner d'abord et avant tout la parole aux personnes, initier un dialogue, puis apporter des explications, des éclaircissements. Ne pas hésiter à demander aux personnes ce qu'elles voient, ce qu'elles entendent, ce qu'elles ressentent, puis faire une description collective de l'objet.
- APRES / il est essentiel de susciter (immédiatement après ou quelques jours plus tard) chez les participants l'expression des émotions qu'ils ont ressenties ; à l'oral, chacun peut s'exprimer sur ce que l'expérience a suscité en lui, et sur ce qu'il en a retenu « J'aime/je n'aime pas/je déteste », en expliquant pourquoi afin que chacun puisse évoquer ses souvenirs et ses nouvelles envies

Evidemment, les discussions à la suite d'une sortie ne doivent pas donner le sentiment d'être obligatoires, de s'inscrire dans une démarche protocolaire et contraignante pour les publics. Il faut prendre en considération que tout le monde n'est pas en capacités ou n'a pas envie d'exprimer un retour à chaud, de verbaliser une émotion ou de la confronter à un groupe.

Cette approche interactive est vivement encouragée si les dispositifs de médiation culturelle encouragent l'expression des publics et placent les personnes dans une posture active, critique et personnelle.

La médiation culturelle repose sur la confiance

La relation de confiance est au cœur de la démarche.

Faire de la médiation culturelle demande une souplesse pour s'adapter à l'autre et lui laisser l'espace nécessaire à son épanouissement. La médiation culturelle est avant tout une posture, une manière d'être avec l'autre. **Un guide touristique ou un enseignant sont des médiateurs culturels à partir du moment où leur discours et leur posture s'adaptent aux publics qu'ils ont face à eux, aux besoins et aux envies de ces derniers.**

Construire une relation de confiance est essentiel pour l'accompagnement des personnes adultes vers des expériences nouvelles. **C'est grâce à ce cadre sécurisant et bienveillant qu'elles se prêteront au jeu d'aller sur des terrains plus ou moins connus.** Cela facilitera l'adhésion des personnes au projet et permettra d'encourager la prise de parole des participants.

Il est essentiel de ne pas présupposer les goûts de nos publics. Chercher à connaître les goûts et les craintes des personnes, c'est aussi une manière de ne pas présupposer de leurs goûts. C'est-à-dire de ne pas penser à leur place. Il faut s'abstenir, dans la mesure du possible, de tout jugement hâtif sur les réactions possibles des publics et tenir compte de leurs envies et de leurs intérêts qui s'exprimeront dans le cadre de la relation que vous tisserez ensemble. Les goûts et les émotions qui émergent d'une expérience culturelle dépassent les clivages socio-économiques et culturels.

L'adaptation peut se faire en termes de vocabulaire, d'accessibilité, de comportement, de support... **Etre médiateur, c'est être un traducteur de sens qui manie les symboles sociaux et en tout premier lieu l'écoute, le langage et le sens de la relation.**

L'identification des groupes-cibles nous incite à identifier les représentations (attentes, freins, stéréotypes, etc.) qu'ils attachent aux pratiques artistiques et culturelles avant leur participation afin de les prendre en compte dans le processus créatif. Il est essentiel de déterminer ce qui fait sens pour chacun, de partir de leurs usages culturels les plus courants (photographie/selfie, jardinage, etc.) pour les transposer sur d'autres contenus, d'autres lieux, d'autres approches, et susciter de nouveaux intérêts et de nouveaux leviers de curiosité.

Le besoin de nouvelles narrations adaptées (storytelling)

Pour la transmission des ressources du patrimoine culturel (contenus, pratiques, représentations) aux générations futures, il est essentiel d'avoir un storytelling adapté en prenant en compte les éléments suivants:

- Ces nouvelles narrations doivent être conscientes de la diversité des évolutions culturelles et des enjeux de leur traduction dans d'autres langues
- Ces narrations ont une portée au-delà des défis immédiats afin de prendre en compte les changements actuels dans leur globalité en nous permettant d'apprendre du passé
- Ces narrations doivent prendre en compte le fait qu'il revient à chacun de déterminer ce qu'il considère comme étant son héritage culturel

Ces nouvelles narrations (storytelling), pour susciter la plus grande adhésion parmi les usagers et le public adultes, peuvent revenir à des fondamentaux et s'appuyer sur des « éléments universels ». Ces concepts universels – comme la naissance ou la mort, la liberté ou l'emprisonnement, l'amour, la joie, la tristesse, évoquent un sentiment et une émotion chez chacun même s'ils n'ont pas exactement la même signification pour tous.

Afin de mobiliser les usagers et les publics, notamment dans le cadre européen, il est essentiel de construire de nouveaux récits communs à notre héritage culturel européen et qui puissent être partagés par des habitants de différents pays. Par exemple, l'Europe est un acteur de la mondialisation. Le projet HIIIP nous a permis d'aller à la rencontre de nombreux partenaires culturels, artistiques et touristiques de 11 pays européens. Nos échanges, nos problématiques communes, l'actualité ont été au cœur de nos échanges et nous ont permis de créer du commun entre nous. Du fait de l'histoire, il existe des thèmes constants qui illustrent l'histoire de l'Europe, son imaginaire, et donnent un regard nouveau sur le monde tel qu'il est aujourd'hui :

- Les migrations et l'immigration,
- Le colonialisme,
- Les conquêtes
- Les routes commerciales
- Le développement des idées et des technologies
- Les langues (anglais / français) = la francophonie
- Les histoires
- Les cultures

Dans l'histoire littéraires, des motifs narratifs ont également traversé toute la création jusqu'à aujourd'hui :

- triompher de l'ennemi
- la quête
- voyage et retour
- la comédie
- la tragédie
- la re-naissance

L'ensemble de ces thèmes et de ces motifs peuvent être utilisés et mobilisés pour de nouvelles narrations et de nouveaux récits européens.

Oser de nouvelles méthodes de collaboration avec nos publics

Dans le cadre des pratiques culturelles, on parle systématiquement de la problématique de leur accessibilité. **Or, en adoptant dès le départ d'un processus créatif une démarche inclusive et collaborative, en mettant le public dès le départ du processus en contact avec les contenus culturels, on surmonte l'obstacle initial qui sépare les œuvres du public.**

Pour créer une nouvelle communauté de valeurs, il est essentiel de mettre en place un processus collaboratif co-créatif et inclusif pour faire évoluer les usages et les consciences :

Passé	Présent	Futur
Eléments (matériaux) → Histoires personnelles	Objet	Usage
Identité individuelles	Ambition	Vision collective partagée

Cette démarche doit passer par le partage de :

- contenus compréhensibles
- lignes narratives communes qui permettent de créer une vision partagée et d'impliquer l'ensemble des parties prenantes
- partager un destin commun et la sensation d'être les pionniers d'une nouvelle aventure

Attention, il est important de rappeler que chaque territoire est différent et qu'il n'existe pas de modèle qui soit directement transposable d'un territoire à un autre du fait de ses spécificités.

Pour que la démarche collaborative fonctionne, il est essentiel de déterminer un cadre commun pour cette collaboration, afin de rassembler l'ensemble des parties prenantes et les initiatives créatives dans le cadre d'une démarche structurée et ainsi de permettre la participation, la prise d'initiative et d'entreprise.

Lorsque nous évoquons la participation, nous nous rapportons à la possibilité, pour chacun, de prendre part à un projet collectif, que ce soit au niveau de sa conception, de sa réalisation ou d'une simple présence.

Ces projets donnent l'occasion aux participants de vivre une expérience collective et de partager, au même moment, des émotions, mais aussi d'en parler ensemble, de faire part de leur ressenti, de leurs idées. Il s'agit de prendre part à une aventure collective, mais aussi de « prendre sa part », avec la responsabilité que cela suppose. Les participants ne doivent pas être considérés comme des consommateurs passifs, mais comme des sujets agissants. Chacun doit pouvoir apporter sa sensibilité, son regard, son histoire, de manière assumée.

La participation des publics est au cœur des dispositifs de médiation culturelle. Celle-ci peut s'exprimer de plusieurs manières, l'idée étant de rendre les personnes actrices, à différentes échelles, de l'action proposée. L'implication des personnes dans la réflexion ou la construction d'un projet culturel peut permettre de susciter de la motivation, mais aussi de développer ou de renforcer des compétences transférables dans d'autres domaines de leur vie.

La participation peut aller de la création collective d'un projet à l'adhésion d'un projet « clef en main ». Il s'agira alors de trouver les leviers pour susciter l'intérêt des personnes. De nombreuses accroches peuvent être envisagées. Par exemple, établir des passerelles entre la production culturelle et ce que connaissent les publics, mettre en avant la notion d'expérience collective, favoriser la rencontre avec un artiste ou une pratique artistique. Quel que soit le degré de la participation, des espaces d'échanges peuvent être mis en place, afin que chacun puisse s'exprimer, critiquer ou encore proposer des prolongements. Tout projet doit, à un moment ou à un autre, rencontrer son public et pour cela, il doit faire sens.

Dispositif participatif renforcé, la co-construction est l'idée que le projet, de sa naissance à son aboutissement, est élaboré avec les bénéficiaires, voire avec d'autres partenaires parties prenantes du projet. Dans ce cas, la participation des bénéficiaires est essentielle et le projet est souvent défini à partir des envies, des besoins et intérêts exprimés par ces derniers. La co-construction demande une organisation soutenue et un fort investissement en termes de temps de la part de chacun (bénéficiaires et encadrants).

PARTIE 3 – IDENTIFICATION DES COMPETENCES A DEVELOPPER

Pour une médiation culturelle ou un exercice d'interprétation du patrimoine culturel réussi, il n'est pas nécessaire d'avoir des connaissances spécialisées en histoire, en histoire de l'art ou dans d'autres domaines spécialisés. En revanche, il est important d'avoir confiance en soi, en ses ressources et en ses capacités, pour donner confiance aux autres.

De nombreuses personnes font de la médiation culturelle sans le savoir, ce qui tend à montrer qu'elle ne constitue pas un métier mais plutôt une pratique ou une posture incluse dans le travail quotidien des institutions culturelles, des monuments historiques, des lieux touristiques et des quartiers des villes.

La médiation culturelle repose sur la relation humaine et les liens de confiance qui peuvent se créer. Faire de la médiation culturelle demande une souplesse pour s'adapter à l'autre et lui laisser l'espace nécessaire à son épanouissement.

Chaque situation de médiation est unique. Elle dépend des publics et du contexte d'intervention. Il s'agit pour chacun/chacune d'inventer sa propre pratique et de trouver les formes de la médiation avec lesquelles il/elle se sentira le plus à l'aise.

Les différentes formes de médiation

La médiation culturelle peut prendre de multiples aspects. Elle peut être :

- Informative : La médiation vise à transmettre une information claire et adaptée. Ex : une personne d'un lieu culturel qui viendrait à présenter sa programmation
- Pédagogique : la médiation favorise une meilleure compréhension et appropriation des temps culturels
- Désacralisante : la médiation cherche à rassurer et lutter contre les appréhensions des publics à fréquenter les espaces culturels
- Emotionnelle ; la médiation s'organise autour d'un moment de convivialité ou de détente. Ex : certains spectacles de musique ou de cirque sont centrés sur les émotions fortes
- Interactive ; il s'agit d'une médiation basée sur la transmission réciproque de connaissances et de savoir, comme lorsque des personnes peuvent partager leurs expériences et leurs savoirs, au cours d'une visite

Dans le champ d'activités de la médiation culturelle ou de l'interprétation du patrimoine, on distingue deux types de moyens de communication, de diffusion et de transmission des connaissances.

Des moyens dynamiques

Ils désignent les moyens de communication faisant appel à du personnel, clef de voûte de toute interprétation réussie. Le problème est de tirer le meilleur profit d'une présence physique, aussi la tendance est de définir des genres précis répondant à des situations et des demandes bien identifiées :

- Visite guidée
- Causerie
- Présentation
- Evocation
- Conférence
- Atelier participatif
- Création collective
- Promenade d'interprétation

Des moyens statiques

Ils désignent des moyens fondés sur des équipements. Ils réclament plus d'investissements au départ, mais offrent des facilités accessibles au plus grand nombre. Ce sont des « mass-média » :

- Audioguide
- Dépliant, brochure
- Exposition
- Panneau d'interprétation
- Montage video
- Journal
- Article
- Cahier pédagogique

Le contexte de la médiation

Quelle que soit sa forme, le dispositif de médiation n'est jamais neutre. Le cadre sélectionné par le médiateur aura nécessairement une influence sur le déroulement de l'action et les échanges qui en ressortiront. **Si le médiateur cherche à prendre en compte tous les points de vue et toutes les propositions des personnes, il n'en reste pas moins le chef d'orchestre de l'action de médiation culturelle ou d'interprétation du patrimoine.** Chaque salarié / bénévole d'une structure de patrimoine, dès lors qu'il est en contact avec le public, est le premier maillon entre le visiteur et

le patrimoine culturel matériel ou immatériel qu'il/elle incarne. Dans ce contexte, l'accroche et la présentation sensible du lieu sont essentielles.

Un médiateur culturel s'appuie sur des outils de la médiation du patrimoine et a besoin d'avoir une série de compétences qui appartiennent au domaine de ce qu'on appelle la « médiation du patrimoine ». Mais dans le contexte de médiation, la relation entre la maîtrise technique et l'expérience s'impose comme une question très complexe en soi. Cette complexité se manifeste d'autant plus lors d'un processus de formation où le médiateur est censé re-transmettre ses compétences à d'autres adultes, où la transmission de l'expérience vécue doit forcément passer par un processus d'intégration et d'élaboration d'éléments complexes.

Comment concevoir un parcours de formation qui puisse accompagner des participants dans cette complexité, en sachant qu'on ne veut pas former des professionnels de la médiation du patrimoine, mais que en même temps, la maîtrise de certains éléments est indispensable ?

Ici, nous essayons de résumer les objectifs plus généraux avec une correspondance liée au référentiel de compétences qui appartient au domaine de la médiation du patrimoine. Ce qui nous intéresse, par contre, c'est que le participant ne maîtrise justement pas tous les savoir-faire qui se situent à la fin de ses processus de travail, mais plutôt les principes, ou l'éthique, qui se situent derrière ces propositions de travail (par exemple : les principes d'une approche plus holistique et plus interactive avec les publics).

Détermination des compétences dans le cadre du projet HIIP

Les structures et les participants au projet HIIP ont pu enrichir leurs aptitudes pour une pratique renouvelée de l'interprétation du patrimoine culturel matériel et immatériel et l'implication des habitants.

Le projet HIIP a permis aux participants de mieux intégrer les dimensions du patrimoine bâti (monuments) de leur lieu de travail avec les projets artistiques qui s'y déroulent, et d'être plus conscient du fait que l'interprétation (ou l'actualisation au temps présent) des objets du passé les rend contemporains. La variété des intervenants et des formateurs leur a permis de mieux saisir de manière intersectorielle les multiples dimensions du patrimoine culturel, dont les objets sont aussi des moyens et un prétexte pour créer du lien social entre les publics adultes.

Pour développer de nouvelles approches du patrimoine culturel, les participants ont pu se rendre compte et expérimenter que la connaissance historique et scientifique d'un lieu/monument/pratique culturelle n'est pas une fin en soi. Ils/elles ont pu se rendre compte que cette connaissance n'est pas l'élément fondamental. Le plus important pour le guide ou le

médiateur du patrimoine n'est pas dans l'exhaustivité de ses connaissances scientifiques, mais sur le lien qui crée avec son public, ses propres connaissances et émotions, et dans la construction des échanges qui en découlent. Une interprétation renouvelée du patrimoine culturel s'appuie aussi sur les connaissances du public et dans une démarche dynamique dans la manière dont le public va accompagner cette réflexion.

Les mobilités HIIP ont permis aux participants de développer leur ouverture d'esprit, de vérifier des problématiques communes avec d'autres partenaires européens et de prendre du recul par rapport à leurs pratiques professionnelles habituelles en termes d'interprétation du patrimoine culturel, de voir que d'autres structures élargissent leurs publics pour lutter contre l'image selon laquelle l'art n'est que pour les élites.

La maîtrise de l'ensemble de ses compétences sert de support pour rejoindre des objectifs d'ordre plus général de diffusion de nouvelles compétences en direction des publics des lieux de patrimoine culturel, dans un enjeu de partage des connaissances et de re-transmission de l'émotion culturelle et patrimoniale.

COMPETENCES-CLES DANS LE CADRE DE LA MEDIATION ET POUR UNE INTERPRETATION HOLISTIQUE DU PATRIMOINE CULTUREL

Les savoirs ci-dessous peuvent être utiles au médiateur. Cependant, il n'est pas nécessaire d'en posséder l'ensemble. C'est un panel de savoirs et d'outils dans lequel il est bon de puiser pour enrichir votre pratique. De plus, il est important de rappeler qu'au-delà des savoirs théoriques, les savoirs d'usage, issus de l'expérience, sont essentiels dans la médiation culturelle. **Au-delà des connaissances, c'est la qualité de la relation humaine qui peut être le meilleur outil de la médiation.**

SAVOIRS

1) Connaissances des ressources culturelles de son territoire

<ul style="list-style-type: none"> - Connaître l'écosystème (politique, économique, social, culturel) de son territoire d'action - Connaître le patrimoine culturel et naturel de son territoire (offre artistique, partenaires, dispositifs existant en matière d'accès à la culture, à la citoyenneté) - Connaître les événements historiques clés d'un territoire ou d'un lieu 	<ul style="list-style-type: none"> - Savoir intégrer rapidement des connaissances - Esprit de synthèse
--	--

<ul style="list-style-type: none"> - Savoir consolider ses connaissances historiques d'un lieu / d'un objet de patrimoine - Connaissance des langages spécifiques et des nouveaux savoirs - Reconnaître ses propres limites et ressources et capacité et les employer dans le travail 	
--	--

2) Connaissance de ses publics

<ul style="list-style-type: none"> - Connaissance des publics de son territoire : (besoins, appréhensions, habitudes, freins, ...) en fonction des lieux de patrimoine ou des contenus culturels à présenter 	<ul style="list-style-type: none"> - Avoir réalisé des études de publics et analysé leurs résultats - Connaître les sources de motivation, d'engagement, les centres d'intérêt et les freins des habitants de son territoire et des bénévoles de son organisation
---	---

3) Connaître et mobiliser ses propres ressources culturelles

<ul style="list-style-type: none"> - Déconstruire le présupposé selon lequel des prérequis sont indispensables pour apprécier, communiquer et transmettre des émotions tirées d'une expérience culturelle - Capacité de recul par rapport à l'expérience d'interprétation du patrimoine - Savoir vulgariser - Transmettre de l'intérêt et de l'émotion pour un sujet traité - Exprimer et communiquer sa propre vision de l'interprétation du patrimoine - Elaborer de nouvelles propositions en termes d'interprétation 	<ul style="list-style-type: none"> - Réduire sa peur ou son appréhension de sortir du schéma classique des visites guidées traditionnelles - S'être formé activement au travail de construction de discours et d'attitudes pour des interprétations créatives du patrimoine culturel
--	--

4) Savoir prendre en compte de nouvelles ressources d'inspiration et de créativité

<ul style="list-style-type: none"> - Analyser un contexte - Etre force de proposition - Savoir sortir de sa zone de confort - Etre créatif - Donner du sens aux actions - Etre intègre envers ses connaissances - Etre patient - Prendre des risques - Savoir expérimenter des dispositifs de médiation autour d'objets ou de phénomènes culturels 	<ul style="list-style-type: none"> - Avoir de l'ouverture d'esprit - Savoir créer des personnages de fiction - Adopter une démarche plus sensorielle en mobilisant les 5 sens - Adopter une démarche interdisciplinaire en ayant recours à d'autres pratiques artistiques (théâtre, danse, poésie)
---	--

SAVOIR-FAIRE

1) Compétences en termes d'organisation et de gestion de projets

<ul style="list-style-type: none"> - Concevoir et mettre en place des partenariats - Mettre en place des outils de suivi et d'évaluation des actions 	<ul style="list-style-type: none"> - Organiser des activités - Gérer et administrer ses projets
--	---

2) Développement des capacités pour l'animation de groupes

<ul style="list-style-type: none"> - Inspirer la confiance - Savoir écouter - Savoir échanger - Faire participer les publics - Savoir interpeler le public - Créer des dynamiques collectives - Savoir faire travailler des personnes en binôme ou par équipe - Affirmer sa propre individualité dans le groupe - Savoir transmettre un sens de la responsabilité et de la discipline - Favoriser et créer les échanges - Savoir interagir avec les connaissances et la sensibilité du public - Faire émerger les représentations du public quant à un lieu culture ou un objet de patrimoine - S'appuyer sur les potentiels et les savoirs des publics 	<ul style="list-style-type: none"> - Avoir du tact - Avoir de la bienveillance - Avoir de l'intérêt, voire même de l'amour pour le public - Mettre ses préjugés de côté - Lutter contre sa timidité - Avoir compris et avoir trouvé son positionnement actif dans une interprétation collective d'un lieu/objet de patrimoine - Avoir participé à une expérience extra-quotidienne (comme une mobilité ERASMUS+) qui oblige à se débarrasser de ses habitudes, à entraîner son sens de la discipline, son attention, sa capacité de critique ; - Avoir participé activement à l'expérience de construction de conférences d'interprétation en
--	---

<ul style="list-style-type: none"> - Savoir réélaborer des propositions de manière créative - Créer des passerelles entre les « background » culturel de chacun - Savoir rassembler dans une même action de médiation ou une interprétation du patrimoine des personnes aux profils différents (experts et non experts) 	<p>petit groupe ou dans un grand groupe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prendre en compte des sujets, des éléments d'interaction en connexion avec la vie quotidienne d'aujourd'hui, en prenant en compte des idées créatives basées sur le potentiel et l'expérience réelle du public - Prendre en compte de nouvelles méthodes de travail collaboratif qui permettent d'associer réellement les participants, les publics, à de nouveaux processus créatifs de co-construction de nos outils de médiation du patrimoine
--	--

3) Développement de compétences dans des démarches collaboratives

<ul style="list-style-type: none"> - Capacité à créer un contexte de confiance avec un public élargi où chacun puisse s'exprimer et partager ses émotions artistiques et culturelles personnelles - Capacité à construire une interprétation partagée d'objets du patrimoine culturel - Capacité à travailler avec d'autres institutions culturelles, patrimoniales, touristiques et sociales - Capacité à coopérer avec d'autres institutions qui peuvent être en-dehors du secteur patrimonial et musical stricto sensu (comme le secteur social) / notamment chez les directeurs et les responsables de structure - Capacité des managers à encourager une attitude qui promeut l'implication de leurs équipes pour qu'elles soient force de propositions de nouvelles idées créatives - Capacité à coordonner des projets participatifs qui impliquent leurs équipes, leurs bénévoles et leurs publics - Capacité à travailler ces projets dans un cadre européen et international 	<p>Avoir participé activement au travail sur la construction de discours et d'attitudes pour des interprétations créatives du patrimoine culturel</p> <p>Avoir participé à la co-construction d'outils muséographiques avec des groupes de visiteurs</p>
---	--

SAVOIR-ETRE

1) Conscience corporelle

<ul style="list-style-type: none">- Conscience de soi dans sa propre dimension corporelle dans le travail d'expression- Conscience de l'intersubjectivité corporelle dans le travail d'expression- Savoir analyser le comportement des visiteurs et du public	<p>Avoir compris les principes qui sont derrière le travail sur le corps</p> <p>Prendre en compte différentes postures (silences, ton de la voix, rythme du discours, placement de la voix, etc.)</p> <p>Savoir travailler sa respiration</p> <p>Savoir gérer le stress</p>
---	---

2) Développement des capacités expressives et communicatives

<ul style="list-style-type: none">- Capacités expressives et communicatives- Savoir prendre la parole en public- Savoir capter son public- Avoir un discours simple et compréhensible- Théâtraliser ses visites guidées ou ses interprétations- Dans le discours, privilégier l'expérience, le sentiment, l'émotion- Mettre en jeu et partager sa sphère intime, créative et émotionnelle- Savoir transmettre un discours mobilisateur pour une meilleure protection et promotion de notre patrimoine culturel européen commun- Déterminer un fil conducteur dans un discours ou dans l'écriture d'une interprétation- Créer et imaginer un véritable scénario avec des personnages forts pour l'écriture d'une histoire	<ul style="list-style-type: none">- Avoir confiance en soi- Eviter un discours ou un vocabulaire spécialisé- S'adapter au niveau de langage de ses publics- Développer son sens de l'improvisation- Etre plus acteur- Savoir conter différemment les événements du passé pour les mettre en situation comme s'ils se déroulaient à nouveau sous les yeux du visiteur et du public
---	--

Les erreurs à ne pas commettre en matière de la médiation

Nous avons repéré quelques erreurs pratiques récurrentes dans l'exercice de la médiation culturelle. L'erreur de médiation est toujours discutable, mais ici il s'agit surtout de repérer des dérives possibles, issues de l'observation de terrain dans l'accompagnement des publics. Il est à noter que tout médiateur peut faire des erreurs, qu'il faut simplement être vigilant à ne pas les répéter.

Les pistes proposées ici demandent à être mises en contexte, en fonction de votre propre action et des habitudes installées avec le public. Par exemple, une incitation à une sortie culturelle ne va pas revêtir le même sens selon que le médiateur connaît ces personnes depuis des années ou depuis quelques heures. Ces principes sont à réinterroger en fonction des réalités du terrain.

Survvaloriser les connaissances à transmettre

- Instaurer un cadre scolaire où l'acquisition de connaissances primerait sur l'expérience et la sensibilité des publics
- Se positionner comme détenteur du savoir sur les œuvres, en ne laissant pas suffisamment la parole aux publics.
- Placer les valeurs de l'art au-dessus des valeurs du public
- Dire ce qu'il faut voir ou éprouver et enfermer les publics dans un savoir théorique sur la matière ou les œuvres abordées, avant même qu'ils aient pu s'y confronter et s'exprimer
- Interrompre la parole des publics au profit des œuvres et du discours qui leur est associé
- Ne choisir que des contenus « exigeants » sous prétexte d'épanouissement ou d'émancipation des publics

Etre indifférent aux attentes, réactions et désir des publics

- Réduire les publics à leur identité et à leurs besoins
- Vouloir à tout prix poursuivre son programme de visite alors que les publics focalisent leur attention sur une œuvre spécifique
- Proposer systématiquement un jeu ou un dispositif original pour comprendre les œuvres risque d'infantiliser les publics
- Eluder une réaction vive relevant de la sensibilité des publics
- Demander systématiquement au public de réagir à chaud sur les œuvres
- Refuser des propositions de pratiques ou de sorties des publics sous prétexte qu'elles relèveraient des loisirs
- Eviter des propositions artistiques aventureuses avec l'idée que les publics ne les comprendraient pas

Valoriser le groupe au détriment de l'individuel

- Dans un groupe, laisser un noyau dur imposer leurs goûts, leur rythme et leur choix
- Laisser une personne très participative monopoliser les discours et les échanges, condamnant le reste du groupe à ne percevoir l'œuvre qu'au travers de son regard
- Vouloir à tout prix amener à l'échange une personne silencieuse
- Oublier une personne qui ne dit rien

CONCLUSION / Enjeux globaux pour le secteur du patrimoine culturel

Du fait de la mondialisation, le patrimoine culturel et naturel est sous tension du fait de l'intensification des mobilités, des échanges et de la révolution numérique. Un tourisme intensif provoque la dégradation du patrimoine culturel et naturel s'ils ne sont pas entretenus et préservés pour les générations futures.

Le patrimoine culturel peut contribuer aux objectifs de développement en :

- Construisant les communautés locales autour de valeurs universelles communes
- Ouvrant de nouveaux espaces de participation et d'intégration permettant la responsabilisation et l'engagement citoyen
- Connectant les communautés locales entre elles grâce aux outils numériques
- Rendant les territoires plus attractifs
- Luttant contre toutes les formes d'extrémisme, de nationalisme et de protectionnisme.

Par la récréation, l'innovation, l'exploration, en suscitant la surprise, en promouvant la réflexion et le partage, l'enjeu est de défendre le patrimoine culturel comme un bien commun.

Si nous souhaitons développer et élargir nos communautés d'interprètes et d'utilisateurs du patrimoine culturel, il nous faut développer de nouvelles approches innovantes, de nouveaux espaces de collaboration qui permettent de faire partager le patrimoine et les cultures locales, de nouvelles interactions au niveau local/régional/national/européen, de travailler sur la manière dont les habitants de territoire ressentent leur patrimoine culturel local et de développer leur sentiment de fierté.

Par l'interprétation inclusive, un enjeu est de rapprocher les communautés locales les unes des autres au niveau européen. Dans un cadre transnational, le langage n'est pas un problème/obstacle pour vivre des émotions culturelles. Notre patrimoine culturel européen doit être considéré comme une source d'inspiration pour créer une identité européenne supranationale.

Partenaires

Les conclusions de ce rapport sont tirées de l'expérience des participants et des résultats du projet de mobilité ERASMUS+ « Heritage Interpretation & Innovative Practices » (HIIP) pour la formation des adultes qui a été élaborés par l'Abbaye aux Dames, la Cité musicale de Saintes, en coopération étroite avec des structures culturelles et touristiques de la Nouvelle Aquitaine :

- Abbaye aux Dames, la Cité musicale, Saintes
- Abbaye de Fontevraud (Société Publique Régionale Abbaye de Fontevraud, Fontevraud – Centre Culturel de l'Ouest, GIE Fontevraud)
- Atelier du Patrimoine de Saintonge
- Centre social Belle Rive
- Etablissement Public de Coopération Culturelle de l'Abbaye Royale de Saint Jean d'Angely
- Mission des Offices de Tourisme de Nouvelle-Aquitaine
- Office de Tourisme Communautaire de Gartempe- Saint Pardoux,
- Office de Tourisme Communautaire d'Ussel-Meymac Haute-Corrèze,
- Office de Tourisme de la Communauté de Communes de Saint Jean Pied de Port et Saint Etienne de Baigorry,
- Office de Tourisme de la Saintonge Dorée
- Office de Tourisme de l'Entre-Deux-Mers
- Office de Tourisme de Limoges,
- Office de Tourisme de Saintes et de la Saintonge
- Office de Tourisme de Vézère Monédières,
- Office de Tourisme du Grand Dax,
- Office de Tourisme du Pays Cadillaçais,
- Office de Tourisme intercommunautaire de Lacq Coeur de Béarn
- Syndicat d'Initiative de Trizay
- Ville de Saintes

Les structures d'accueil de notre projet Erasmus+ :

- Culture Action Europe asbl (BE)
- Distretto Veneziano della Ricerca e dell'innovazione (IT)
- European Federation of National Youth Orchestras (AT)
- Fondazione Palazzetto Bru-Zane – Centre de musique romantique française (IT)
- Institut Français d'Ecosse (UK)
- Interpret Europe – European Association for Heritage Interpretation e.V. (DE)

- Karolyi Jozsel Alapitvany – Centre Culturel de Rencontre du Château Karolyi à Fehervarcsurgo (HU)
- Le Centre Culturel de Rencontre LandKunstLeben e.V. à Steinhöfel (DE)
- M.E.P. Europrojects Granada S.L. (SP)
- Patrimoine à Roulettes asbl (BE)
- Plzen 2015, obecne prospesna spolecnost (CZ)
- Réseau de Musiciens Intervenants en Ateliers (BE)
- Stichting Amsterdam Museum (NL)
- The National Trust for Scotland (UK)
- Union Association pour la Participation et l'Action Régionale – Centre Méditerranéen de l'Environnement (FR)
- Ville de Dubrovnik (HR)
- Ville de Skanderborg (DK)

Les partenaires du consortium HIIP remercient l'Agence Nationale ERASMUS+ France pour son attention et son accompagnement dans la réussite de ce projet.