

Tourisme et attractivité

Comment développer le lien entre tourisme et culture ?

Préambule

Au-delà de l'option de rapprochement prise par notre territoire en regroupant au sein d'une même association les Offices de tourisme et le Pays d'Art et d'Histoire, laissant espérer une synergie entre les notions de "mise en tourisme" et de "mise en valeur de l'offre culturelle", il convient, à ce stade de pratique sans doute trop récent, de nous interroger encore en la matière.

Sans trop détailler, des avancées certaines sont à souligner: formation d'acteurs du tourisme (OT et autres) pour leurs prestations respectives ouvrant sur l'Histoire et le Patrimoine, présence du PAH sur les pots d'accueil en camping, valorisation de l'histoire industrielle intégrée dans les offres de l'OT, création de spots présentant le PAH via la communication de l'Office du Tourisme...

Outre quelques difficultés conjoncturelles, deux facteurs peuvent expliquer les limites atteintes au regard des ambitions de départ: un difficile démarrage dans la fusion précitée et la sous représentation en personnel de l'équipe en charge des actions du Pays d'Art et d'Histoire.

Dès lors, nous pouvons porter notre réflexion sur les progrès restant à accomplir pour mieux associer tourisme et culture, de sorte à entretenir la motivation des différents publics et mieux concerner ceux en villégiature, par une diversification des formes visant de nouvelles franges comme les publics empêchés, les jeunes générations et les rétifs aux approches trop didactiques.

L'attention aux publics

De nombreuses expériences et diverses approches ont eu lieu pour l'intéressement des différents publics que ce soit dans les programmations ou en marge. Parmi les plus atypiques, on a pu constater que les illustrations théâtralisées de séquences historiques introduisaient la dimension ludique qui sied au public famille (touristique ou local), en intéressant notamment les enfants que certains jugent trop peu concernés par nos offres (d'expérience, les contenus ont été jugés inadaptés "en famille", au Musée du textile comme à Montségur). Si ces observations sont avérées et confirmées par ailleurs, on peut admettre notre manque d'attractivité à leur égard dans nos offres de produits. La ville de Lyon avait fait ce même constat avant de développer, depuis, des actions exemplaires que l'on pourrait examiner pour éventuellement s'en inspirer. De son côté, le camping lavelanétien mise fortement sur les spécificités historiques de notre territoire avec, dans la forme, cette même volonté d'être accessible à tous, y compris par brassage de la clientèle avec la population autochtone. La dimension ludique, comme on la trouve aussi avec "Mamet" à Mirepoix et "Raconte moi Lavelanet", doit nourrir notre réflexion en direction des publics jeunes, rétifs ou empêchés, par notre concours à valider les contenus ou en s'alliant ces partenaires

potentiels dans nos propres interventions. On peut aussi retenir l'intérêt de s'adresser à des publics sur leurs lieux d'hébergement pour proposer des animations aussi divertissantes qu'instructives.

Les contenus et les acteurs

Certains acteurs de la culture sont connus du PAH, voire des coopérants. Parmi les témoins présents au forum, des guides de randonnées, sous des formes diverses, intéressent leur clientèle aux trois champs que couvre le Pays d'Art et d'Histoire (nature, histoire et industrie). Il est relevé à ce propos que les touristes faisant le choix d'une destination sont motivés par son patrimoine. Pour ces prestataires, le souhait est unanime d'être mieux outillés pour conforter et valider cette dimension pédagogique qu'une formation prodiguée par l'Animatrice du Patrimoine saurait apporter, les Archives Départementales pouvant offrir leur concours sur l'enrichissement des contenus. Cette observation vaut pour les acteurs de la culture également présents (associations du patrimoine et bibliothécaires) comme pour le gestionnaire du camping. Potentiellement, certaines personnes ainsi formées pourraient être des coopérants directs du PAH et intervenir en renfort dans nos programmations. Certains prestataires souhaiteraient pouvoir par ce biais élargir le champ de prestations à des sites d'intérêt qui ne leur sont pas accessibles à ce jour.

D'autres acteurs, peu ou pas connus, mériteraient notre attention, qu'ils soient professionnels ou amateurs, associatifs ou particuliers... Aux côtés des arts plastiques et des arts vivants, on note un fort potentiel d'artisans d'art (dont certains sont déjà concernés par nos actions), au même titre que les industries rares, passées ou actuelles (jais, talc...) ou encore les traditions populaires (musiques, contes, us et coutumes...). La nécessité d'établir un répertoire aussi exhaustif que possible de ces différentes ressources serait à concevoir.

Des coopérations se sont tissées au fil du temps avec le Festival Mima, lequel évolue par une programmation annuelle à l'échelle du territoire, on peut réfléchir à notre suivi dans cette évolution comme au rapprochement avec le Festival Castel Artès du Château de Terride et tout autre évènement de qualité qu'il faudrait recenser également.

Les services publics, comme les médiathèques et les cinémas constituent déjà d'intéressants partenariats qui ne demandent qu'à être optimisés. Quant aux communes, elles génèrent parfois des initiatives valorisant l'histoire locale, généralement par le biais de Commissions, auxquelles il nous arrive de participer, ce qui doit être encouragé.

A un autre niveau, nous pouvons ambitionner de préparer les futurs acteurs du tourisme dans l'appréhension de la profession, en intégrant la dimension culturelle qui nous préoccupe, ceci en accueillant nous-mêmes des étudiants sur le principe Erasmus par exemple.

"L'offre, c'est ce qu'il faut construire"

Ce propos, extrait de l'introduction au présent chapitre du Forum par Jean-Michel Galley, est entré en résonance au sein des groupes de réflexion, constitués d'acteurs multiples.

Complémentarité, mise en synergie, transversalité, co-construction, termes qui ont émaillé la plupart des échanges, confortent la démarche en cours mais pointent les insuffisances.

Les programmes d'animations initiés par l'OT à l'échelle du Pays D'Olmes sont une intéressante illustration de mise à contribution de nouveaux acteurs (lesquels sont désormais en demande d'implication de l'offre à venir) et de l'articulation avec le PAH. Un souhait de meilleure synergie PAH/OT est formulé à ce propos, d'autant que l'élargissement au Pays de Mirepoix est prochainement envisagé. Déjà, l'idée de formation sus-évoquée et que confirme l'OT en terme de besoin, contribuerait à étoffer et diversifier les contenus de dimension culturelle.

L'étude en cours visant la création d'un Musée hors les murs des industries Textile et Peigne en corne devrait générer une offre nouvelle dont la mise en tourisme de certains vestiges "repoussoirs", qu'ont longtemps constitué nos friches, à l'instar du travail initié par notre chargé de mission.

Enfin, l'offre construite a pour corrolaire la communication qui doit savoir mettre en avant de façon attrayante les propositions élaborées pour ne décevoir ni la curiosité ni l'agrément de nos visiteurs. La communication pouvant s'entendre également comme moyen de recueillir les attentes "clientèle" au service d'une adaptation constante.