

vendredi 16 novembre 2018

APRES-MIDI

Alain Tourneux

Je voulais revenir sur la matinée qui a été vraiment riche en échanges. Tout à l'heure, j'ai pu constater que vous étiez nombreux à vouloir poser quelques questions à Mme Chambron et si elle voulait bien ajouter peut-être un petit mot d'explication sur... comment les choses pouvaient se faire ?

J'ai bien noté que, côté Fédération, nous étions prêts à adresser des dossiers, n'est-ce pas, à la Direction générale à la Langue française.

Claire-Lyse Chambron

Merci M. le président. Je ne voudrais tout de même pas continuer à prendre du temps à nos collègues qui doivent s'exprimer. C'est l'occasion pour moi de vous remercier particulièrement de votre invitation, de remercier tout particulièrement Sophie. Cela m'a donné un aperçu de la matière, du potentiel et de ce que vous avez d'ores et déjà réalisé depuis vingt ans. C'est sur la durée. Merci infiniment.

Ce que j'ai dit un peu d'entrée de jeu, on peut le redire d'une autre manière à l'issue de cette table ronde, passionnante, à laquelle vous avez eu l'obligeance de m'inviter. Oui, je crois que le moment est venu, enfin en tous les cas il y a un moment favorable pour peut-être se structurer davantage. Vous l'êtes déjà puisque vous êtes un label. Vous avez multiplié des jumelages très structurants. Il est clair que la coopération commence par le bilatéral. Le bilatéral est la pierre angulaire en tous points. Dans toute coopération c'est fondamental et ça le demeure, y compris lorsque l'on est un grand réseau européen ou un grand réseau international. Rien ne remplacera jamais la coopération bilatérale, on est bien d'accord. C'est la cheville ouvrière.

Après on pourrait considérer que, au-delà, et parce que c'est un moment favorable, pourquoi ne pas se structurer dans un réseau, faire acte de candidature par exemple auprès de la Commission européenne ? Il y a les excellents réseaux des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe. C'est une autre voie et dont je sais que vous allez avoir une présentation qui va être passionnante. S'agissant d'un soutien, d'une candidature à la Commission européenne, ça ne s'improvise pas peut-être du jour au lendemain, mais on peut se mettre en ordre de marche et se dire qu'à l'horizon 2020, la Fédération pourrait déposer un projet. Pourquoi pas ? C'est ce que je suggère, je ne suis pas en train de vous dire que nous pouvons en décider à votre place. Il faut qu'il y ait déjà un désir de partenariat, vous l'avez, ce désir, de toute évidence. Et il y faut une forme de solidarité que l'on retrouve dans la coopération européenne. Il y a de grands projets, de petits projets, on est d'accord. Mais quand on est partenaires dans un réseau ou dans un projet pluriannuel de coopération, tous les partenaires sont au même niveau. Donc il faut avoir cette logique-là qui est, somme toute, généreuse. Je pense que si on l'a, cela fonctionne.

Sachez qu'en termes d'accompagnement, nous, Ministère, on n'est pas là pour ça. Mais nous avons mandaté le Relais Culture Europe qui est une association soutenue à parité par le Ministère de la Culture et la Commission européenne, qui est donc le relais en France pour le programme Europe Créative, qui peut vous donner du conseil, de l'expertise, vous accompagner. Il y a des *webinaires*, des pépinières aussi, où ils accueillent des porteurs de projets en leur donnant du conseil sur la durée pour les monter. Ça c'est une chose qui peut être faite. Et c'est valable aussi pour les responsables des Maisons qui ne sont pas sur le sol français parce que le Relais Culture Europe est à même de donner du conseil à toutes les Maisons, qu'elles soient en France ou ailleurs. Pour les collègues qui sont en Europe, dans l'Union européenne, sachez qu'il y a l'équivalent du Relais Culture Europe dans tous les états membres de l'Union européenne.

C'est tout ce que je voulais vous dire. Il faut être pragmatique, ne pas voir trop grand au départ, ne pas se laisser intimider par ce vocabulaire abscons qui est celui de la Commission européenne et je vous assure qu'il y a un vrai plaisir à monter des partenariats dans ce cadre-là. Je ne saurais que vous y encourager. N'hésitez pas, vous avez vraiment les capacités, vous avez la passion, les idées, la créativité pour ça. Je suis en réalité fortement impressionnée par la qualité des projets que vous développez. Ça vaut la peine peut-être de se projeter un peu, disons à moyen terme. Voilà ce que je pouvais vous dire très simplement. Merci M. le président.

Alain Tourneux

Merci Mme Chambron, ce message a été très bien entendu. Nous allons reprendre le programme et toutes mes excuses à mon ami Yves Pezilla pour avoir mangé dix minutes de son temps. Il va vous présenter les intervenants de cette table ronde autour de l'accueil des touristes culturels européens, et pour ma part je prendrai le relais plus tard. Merci.

Table ronde 3

L'accueil des touristes culturels européens

Présentation

Yves Pezilla

Administrateur de la Fédération

Merci. Chers amis, au niveau de l'Europe, la stratégie du patrimoine culturel qui vient d'être rappelée dans le cadre d'Europe Créative par Mme Chambron redéfinit, si j'ose dire, la place et le rôle du patrimoine européen. Il s'agit, si j'ai bien compris, de concilier la sauvegarde du patrimoine culturel et les besoins de la société sur le plan, entre autres, du développement économique et de l'enrichissement des connaissances. Et c'est là que le langage, bien sûr, la langue intervient, mais aussi la dimension touristique que nous allons aborder maintenant.

Le tourisme a été évoqué dans les interventions d'hier et de ce matin par un certain nombre d'intervenants. Je pense au Portugal, à la Hongrie, à l'Italie, et nous concerne quasiment tous dans nos activités. Cette stratégie a été confirmée au niveau national français par une convention cadre relative au tourisme culturel, début 2018, entre le Ministère de la Culture et la Direction chargée du Tourisme. D'ailleurs, dans quelques jours, vont se dérouler à Lens les Deuxièmes Rencontres du tourisme culturel, organisées par le même Ministère de la Culture.

Au cœur du tourisme, il y a évidemment le touriste qui, en général, a un certain nombre d'attentes propres, notamment sur l'accueil et son accompagnement qui sont des enjeux essentiels pour sa satisfaction. Et donc on va se poser quelques questions :

- Quelle connaissance avons-nous de ces visiteurs spécifiques mais qui, dans un certain nombre de cas, sont majoritaires dans nos lieux ?
- Répondons-nous à leurs attentes dans nos Maisons et même au-delà puisque ces attentes concernent souvent un cadre qui est beaucoup plus large que la maison proprement dite, et notamment au niveau du territoire, comme cela a été évoqué par Mme la vice-présidente du Conseil départemental hier ?
- Quelles conséquences peut-on en tirer sur nos coopérations qui sont au centre de ces deux journées ?

C'est cela que nous allons évoquer avec nos invités, que je remercie de leur présence, tout en excusant l'absence de Pierre Reinisch du fait d'un agenda très chargé notamment par rapport aux rencontres du tourisme culturel que j'évoquais précédemment. Nous allons procéder en

deux temps. Chacun des intervenants va nous donner son avis sur ces trois questions et ensuite on aura un échange que j'espère pouvoir proposer si l'on respecte, comme d'habitude, les temps de parole. Et donc je vais passer successivement la parole à Claude Origet du Cluzeau qui est consultante internationale tourisme et culture, à Bernard Sinoquet qui est responsable de la collection Jules Verne et de la Maison Jules Verne à Amiens et également membre du conseil d'administration de notre Fédération, et à Ludovic Azuar qui est directeur de l'Agence de Développement du Tourisme et des Territoires du Cher et de l'Office de tourisme. Trois regards, vous l'avez compris, qui sont complémentaires et qui ne doivent pas faire que de se croiser. Je leur passe la parole.

Le tourisme culturel en Europe

Claude Origet du Cluzeau
Consultante internationale en tourisme culturel

Merci. La première intervention, la mienne, porte sur l'accueil des touristes culturels étrangers en France. Avant de commencer, je voudrais d'abord vous dire tout le plaisir que j'ai d'être ici étant donné que j'ai plus de trente ans d'expérience du tourisme culturel dans ses aspects les plus variés. Ça me fait toujours très plaisir de voir un réseau constitué d'acteurs qui sont prêts à collaborer y compris au plan international.

Nous allons commencer par une vision générale sur les touristes étrangers qui pratiquent la visite et les activités culturelles. C'est un domaine extrêmement troublant parce qu'au fil des années nous avons fait quantité d'enquêtes sur les profils des visiteurs qui entraînent dans nos musées, dans nos monuments, qui participaient aux festivals, et on a trouvé beaucoup plus de similarités que de différences entre ces visiteurs étrangers qui viennent sur le sol national. Ils sont, je vous le rappelle, 86 millions en 2017. Ils vont être davantage, probablement plus 3%, en 2018, c'est ce que l'on prévoit et en tout cas, les trois-quarts d'entre eux sont des Européens, il ne faut jamais l'oublier. On parle toujours des Chinois parce qu'ils sont extrêmement visibles, ou des Américains, mais les trois-quarts de nos visiteurs étrangers sont des Européens.

Ce qui est très troublant, c'est qu'ils ont des pratiques et des motivations similaires à celles des touristes culturels français. La spécificité de leur profil, c'est que ce sont des gens qui ont un certain niveau d'éducation. La visite culturelle, la pratique culturelle va avec le niveau d'éducation, et en ce qui concerne vos Maisons, c'est l'éducation en français, qu'il s'agisse de la pratique de la langue française ou de la culture française, notamment comme on l'évoquait ce matin au travers de la lecture de livres traduits depuis le français.

Ces gens-là ont des attentes qui sont similaires, et ces attentes on peut toujours les ramener à deux concepts. Concept numéro un : l'émotion, quelle qu'elle soit, amusé, surpris, horrifié, étonné, séduit, etc. etc. une émotion. Et deuxième concept : la didaxie, c'est-à-dire le fait, l'envie d'apprendre quelque chose, de s'enrichir, d'en savoir plus, de nourrir sa curiosité. A ces deux attentes fondamentales qui caractérisent nos visiteurs étrangers et les Français, il y en a deux autres qui se greffent très fortement de nos jours, dans les années 2000. C'est la quête d'identité, l'identité personnelle et l'identité de ceux à qui l'on rend visite et le sens de ce que l'on voit. Que l'on puisse l'englober dans une signification.

On remarque également une forte différence de comportement culturel entre le primo-visiteur et le récidiviste. Pour caricaturer, on va dire que le primo-visiteur est un boulimique, qu'il veut tout voir très vite. Il a beaucoup d'attentes et il va vraiment remplir ses journées. Et le récidiviste, au fur et à mesure qu'il vient, et qu'il revient sur nos territoires, il a une pratique culturelle qui va être beaucoup plus sélective et espacée. C'est vraiment très clair. D'après les chiffres que nous avons, il arrive bien souvent que vos Maisons d'écrivain fassent partie des visites où l'on se rend en deuxième, troisième, quatrième fois. Mais pas la première fois, en première priorité.

Après vous avoir décrit les similitudes entre les visiteurs étrangers et leurs pratiques, je voudrais vous donner à titre anecdotique, quelques spécificités des visiteurs étrangers que l'on a pu remarquer. Les Espagnols se caractérisent souvent par une fringale culturelle, ils veulent en voir, en faire beaucoup mais sans aller très loin. Ce n'est pas très approfondi. On remarque chez nos visiteurs allemands un goût immodéré pour le Moyen Âge. Ça résonne, j'ai l'impression. Nos visiteurs italiens, tels que nous les voyons en France, se caractérisent par le fait qu'ils sont très intéressés d'abord par les lieux de culte. C'est-à-dire que l'on est étonné par le nombre d'Italiens que nous avons à Nevers ou à Auray. Ils sont en train de passer du cultuel au culturel, disons. Les Russes, on voit qu'ils sont à la recherche des traces de la vieille Russie. La Russie est en train de se reconstruire culturellement après les années du communisme et ceux qui peuvent voyager vont jusque chez nous et dans d'autres pays, bien entendu, retrouver les traces de cette vieille Russie. Quant aux Britanniques, ils raffolent de tout ce qui est l'histoire franco-britannique, qui est historiquement plutôt une mémoire de guerre. De guerre, depuis la guerre de Cent-Ans jusqu'à la guerre de 39-45 où ils ont été nos alliés. Les Britanniques sont très friands de tous les lieux où Français et Britanniques se sont affrontés.

Dans ces publics, nous en avons deux à distinguer. C'est une distinction importante parce qu'elle va inspirer notre communication. Nous avons d'un côté les intensifs qui ont besoin surtout d'une communication d'information, c'est-à-dire que l'on n'a pas besoin de leur faire une publicité, une promotion intensive, il faut les informer de nos propositions culturelles. Ces gens-là sont évidemment très importants. Ils sont peu dans la population, environ 15 à 20%, ils représentent en général dans nos musées et monuments 80% des entrées. Ce sont des gens, qui vont au musée plus de deux fois par an, pour vous les situer à peu près. Ce sont des gens, pour ce qui concerne les étrangers, qui ont une pré-connaissance de la culture française soit qu'ils parlent français, soient qu'ils aillent voir les films français. Peu importe par où ils l'abordent, mais ils ont une pré-connaissance de la culture. C'est comme ça que quand ils vont dans les châteaux de la Loire, ils vont vouloir aller aussi au Château de Saché à cause de leur connaissance de Balzac. Parmi ces intensifs, on peut distinguer les boulimiques qui sont des éclectiques, c'est-à-dire qu'ils sont intéressés par tous les aspects de la culture, mais il y a aussi cette clientèle de niche, que j'appelle les monomaniaques qui sont des spécialistes d'une thématique particulière. Par exemple, les amateurs de festivals de musique qui ne se déplacent quelque part que pour un festival de musique. Ce sont des publics de niche.

Le deuxième, après les intensifs, voilà les occasionnels. Les occasionnels sont des gens qui vont moins d'une fois par an dans un musée ou dans une exposition. Et, auprès de ces gens-là, il faut faire une communication de séduction. Il faut vraiment les caresser dans le sens du poil et leur montrer les avantages qu'ils ont à venir visiter nos sites culturels. Ce sont des gens, quand on les voit en vacances, ils ne vont jamais au-delà de trente minutes de déplacement autour de leur hébergement. C'est un terme que je vous donne en y mettant ma main à couper. Nous l'avons constaté dans quantité d'enquêtes, dans des stations, dans des villes, etc. Pas plus de trente minutes de déplacement pour aller visiter quelque chose. Ces occasionnels vont mettre sur le même plan d'importance la visite du Musée des Beaux-Arts ou bien le goûter à la ferme. Toutes les sorties sont comparables pour eux. Donc, vous voyez l'effort qu'il faut faire pour arriver à les attirer chez vous. Ils sont sensibles aux lieux qui sont évocateurs d'une œuvre. On peut donner l'exemple de la Maison Victor Hugo à Guernesey. Tout le monde connaît, dans le monde entier, *Les Misérables*. Ou bien des lieux qui sont évocateurs d'un territoire, la Maison de George Sand, je pense, est très évocatrice non seulement des romans de George Sand mais également des territoires du Berry. Ces gens-là sont difficiles à attraper parce qu'ils ne sont pas convaincus par avance de ce que l'on appelle la rentabilité culturelle. En fait, ils se demandent s'ils vont « imprimer » comme disent nos jeunes aujourd'hui. Est-ce qu'ils vont « imprimer »,

est-ce qu'ils vont retenir quelque chose, est-ce qu'ils vont s'amuser, est-ce qu'ils vont être émus ? Ils ne sont pas convaincus d'avance donc il faut faire de gros efforts.

Il faut des « accélérateurs » pour renforcer la fréquentation internationale. Malheureusement, le principal gisement c'est celui des occasionnels. Parce que les autres, on les a. Les autres, ils savent ce qu'ils veulent, ils sont habitués aux visites culturelles, il suffit de les informer, tandis que les occasionnels, il faut vraiment se donner du mal et les séduire parce qu'ils sont vraiment volatiles. Autre très bonne piste à explorer, ce sont les frontaliers. Les frontaliers en Alsace, en Catalogne,... J'ai travaillé longtemps pour le réseau culturel *Terres catalanes* dans les Pyrénées Orientales et on a été obligé de tout traduire en catalan. La force de la frontière, l'attractivité d'aller de l'autre côté de la frontière, c'est très fort, c'est une clientèle à ne pas négliger. Les prescripteurs de groupes, on sait qu'ils sont sollicités mais finalement pas tant que ça. Ils sont toujours demandeurs, surtout si l'on peut raconter des histoires à leur public, donc ce sont des très bonnes pistes à suivre. Et puis il faut bien suivre aussi l'actualité des films qui sortent, des séries télévisées maintenant, des téléfilms, des œuvres littéraires également. Tout ça peut se raccrocher à une actualité dans nos établissements. Et enfin il y a toutes les célébrations et événements, je ne vais pas insister parce qu'il en a beaucoup été question ce matin notamment avec les jumelages.

Que dire, dans ce contexte, des Maisons d'écrivain ? La Maison d'écrivain est un marqueur identitaire de la destination France mais également de la destination Italie. D'ailleurs l'Italie et la France marchent bien souvent de concert en ce qui concerne leurs caractéristiques, leurs pratiques culturelles. Leurs ministères se ressemblent beaucoup. Ce sont des marqueurs identitaires. En comparaison, si l'on pense à l'Allemagne, nous avons de grandes Maisons d'écrivain en Allemagne, mais nous avons davantage de Maisons de musiciens. L'Allemagne et l'Autriche sont sans doute plus marquées par les Maisons de musiciens, donc c'est un marqueur identitaire. La faiblesse qui a été évoquée fortement hier après-midi, c'est que nous avons une dénomination, la Maison d'écrivain, qui n'est pas vraiment très connue. La Maison des Illustres, c'est une excellente dénomination, mais elle n'est pas encore courante. Elle ne fait pas partie, par exemple, d'une catégorie à part dans les nomenclatures des grands offices de tourisme et surtout d'Atout France. Atout France ne fait pas un tiré-à-part sur les Maisons d'écrivain ou les Maisons d'illustres, et c'est un peu dommage. L'autre difficulté, évidemment, c'est la barrière de la langue pour tout ce qui est littérature. Par contre, l'effet réseau, je peux vous dire, c'est fantastique. J'ai fréquenté beaucoup de réseaux. C'étaient soit des réseaux thématiques comme le vôtre, comme les Ecomusées, soit des réseaux territoriaux comme *Terres catalanes*, comme le réseau des Musées du Nord-Pas-de-Calais et bien d'autres. Je peux vous dire que ce sont de grands accélérateurs dans la qualité de la visite, dans la dynamique des établissements. On ne peut que se réjouir de l'existence et du développement de votre réseau.

Il y a effectivement beaucoup de potentiel dans les événements culturels croisés que vous prévoyez ou que vous organisez déjà. On a entendu Tolstoï, Edmond Rostand ce matin... George Sand... Ces grands jumelages jouent vraiment en faveur du mixage de nos touristes culturels et de cette espèce de jeu de ping-pong qui se joue entre les grandes Maisons d'écrivain. En ce qui concerne la communication culturelle, et je dis bien culturelle, je crois que l'on n'a pas de meilleur exemple de l'efficacité de la communication culturelle que ces deux derniers numéros du *Berry* qui sont sortis hier et ce matin et qui ont communiqué sur votre congrès, pas seulement au titre du congrès mais aussi des belles histoires que vous avez à raconter et qui, par bonheur, sont des histoires inépuisables. Autant dans certains domaines, à Disney par exemple, ce n'est pas inépuisable, on tourne en rond, mais chez vous on ne tourne jamais en rond. Il y a toujours de la matière pour aller plus loin, pour réactualiser.

Bien entendu cela ne nous dispense pas de parler aux autochtones parce que c'est toujours très puissant quand nous avons une Maison d'écrivain qui s'appuie sur un public local motivé, qui se sent impliqué. C'est à eux qu'il faut parler en premier, mais il ne faut pas négliger la communication culturelle internationale. C'est une communication qui ne revient pas très cher parce que faire un dossier de presse, c'est un peu de travail mais ce n'est pas exorbitant comme la publicité par exemple. Et puis c'est un effort qui est extrêmement payant. On l'a vu avec le *Berry*, mais on peut le voir avec beaucoup d'autres supports de presse.

Je vous remercie pour votre écoute.

L'expérience d'une maison d'écrivain

Bernard Sinoquet

Responsable de la collection et de la Maison Jules Verne à Amiens

***LE TEXTE QUI SUIT EST EN LIEN AVEC LE DIAPORAMA (7 VUES)
INTITULE "L'accueil des touristes étrangers chez Jules Verne"***

Yves Pezilla

Merci Claude Origet du Cluzeau. Une gestion du temps parfaite. Je pense qu'il y aura sûrement des questions après les autres intervenants sur le sujet qui vient d'être évoqué. Je passe maintenant la parole à Bernard Sinoquet.

Bernard Sinoquet

Tout d'abord je voulais remercier ma Fédération dans laquelle je représente Amiens métropole - je crois que cela fait bientôt dix-huit ans, deux ans de moins que l'anniversaire mais c'est déjà pas mal - de m'avoir invité à participer à cette table ronde. Je voulais aussi remercier Yves Pezilla d'avoir été là comme serre-file, comme coach. C'est vrai que l'on est toujours pris par le quotidien et donc il me rappelait régulièrement, avec ténacité, mais aussi avec beaucoup de sympathie, à mes devoirs et mes engagements.

Avant de vous parler de la Maison Jules Verne, je voulais vous asséner quelques chiffres. Parce que pour parler de tourisme à Amiens, il faut quand même revoir un peu la question de ce qu'est le tourisme dans le Nord de la France, par rapport y compris à d'autres terres où l'on pense que le tourisme est plus une activité naturelle. Donc j'ai ressorti des statistiques. J'ai voulu comparer avec une région à laquelle l'on pense assez spontanément, la région Provence-Côte d'Azur. On est quand même dans une activité qui n'est pas encore majeure, disons en termes économiques, mais elle commence à représenter un certain poids dans l'activité des Hauts-de-France aujourd'hui, puisque les deux régions ont fusionné, région où l'on imagine plus de l'industrie lourde qui, hélas, a beaucoup disparu. On n'a pas du tout l'image d'une région touristique. C'est ça que je voulais dire. Alors les touristes étrangers, c'est presque un tiers de notre population, de notre fréquentation touristique. C'est une estimation. Un autre tiers de notre population touristique vient de la région elle-même.

Au niveau régional, la Maison de Jules Verne est peu citée. On a avec nous 43 000 visiteurs par an. On est loin bien sûr de sites et musées beaucoup plus fréquentés. Par contre, quand on arrive au niveau du département de la Somme, en 2017 nous faisons partie des lieux de visite qui ont été les plus importants dans le département. Il y a beaucoup de lieux de mémoire comme, par exemple, le Centre d'interprétation de Thiepval, de Beaumont-Hamel, tout ça ce sont des lieux liés à la Grande Guerre. Il y a quelques sites de loisir : le chemin de fer de la Baie de Somme qui a connu récemment une certaine publicité avec une émission sur la Baie de Somme. Beaucoup de gens m'en ont parlé. Ce qui est important dans tout cela, c'est que même si c'est

tout en bas du tableau, on a la Maison Jules Verne. Avec bien sûr l'émblématique ballon. Nous avons été le lieu de visite avec la plus forte progression, 13,8% en un an, de l'année 2016 à 2017. Ça c'est important de le signaler dans un contexte où l'on a encore l'Historial de la Grande Guerre et beaucoup de lieux qui sont liés au tourisme de mémoire.

Comment fait-on du tourisme dans la Somme ? (source de l'Agence départementale du tourisme de la Somme) : d'abord nous sommes un pays de court séjour. Notre développement touristique s'est fait autour de cette nouvelle pratique des vacances qui est apparue, je parle sous le contrôle des professionnels, depuis une dizaine d'années. On va moins loin, moins longtemps et on préfère à la limite fragmenter ses séjours touristiques, avoir des vacances d'été moins longues et puis refaire un *break*, un week-end... La durée du séjour, 3,5 jours en moyenne dans le département de la Somme, les chiffres sont à peu près identiques pour les Hauts-de-France. C'est vraiment la caractéristique de notre pratique touristique. 30% d'étrangers, reprenez bien ce chiffre et reprenez bien les nationalités parce que l'on va les retrouver à peu près toutes dans la fréquentation de la Maison de Jules Verne. Les 30% venant d'Ile-de-France, c'est d'abord le plus gros bassin de population et le plus proche du département de la Somme et de la région Hauts-de-France, et donc ils amènent forcément ce public de touristes.

Pour ce qui est de la fréquentation globale de la Maison en 2017, je n'ai mis que les pourcentages pour qu'on les retienne. 43% viennent des Hauts-de-France, 15 % d'Ile-de-France et 22% viennent de l'étranger. 22% de l'étranger, ça c'est le chiffre sur le public global. Quand on se réduit au public individuel, en fait on atteint 27% de public étranger. En 2017, nous avons reçu 43 029 visiteurs, il faut signaler aussi que la Maison Jules Verne, en matière de fréquentation, connaît une croissance constante depuis 2012. Sur ces 43 029 visiteurs, nous avons un peu plus de 32 000 visiteurs individuels. Ce qui représente environ 70% des visiteurs et qui est caractéristique, à mon avis, d'un public touristique. C'est-à-dire que quand on ne garde que les 70%, on ne retrouve pas forcément les groupes scolaires, les autres groupes qui pourraient participer. Sur ces chiffres de la Maison, je noterai en passant le cas australien. Il est intéressant. Je ne vais pas vous faire une leçon d'histoire sur ce qu'a été la Somme entre 1914 et 1918, et surtout ce qu'a été la Somme à partir de juillet 1916, pour les pays de langue anglaise, pour les pays de l'Empire britannique... Par pudeur je n'ai pas recherché le nombre de pertes qu'ont subi les troupes britanniques entre trois jours d'offensive sur le département de la Somme. Alors forcément la population des pays britanniques et des pays de l'ex-Empire britannique est très présente dans le tourisme. C'est un tourisme, dans le cas australien, et dans une moindre mesure dans le cas néo-zélandais, en fonction des proportions de population, qui vient jusque dans nos terres agricoles picardes pour le voyage d'une vie. C'est quelque chose. Quelquefois les personnes investissent énormément pour aller jusqu'à la tombe de l'ancêtre tombé au combat. Les Australiens ne représentent que 4% de nos visiteurs, c'est peu, mais c'est vrai que très fréquemment quand il y a eu, par exemple dernièrement, des commémorations autour des mémoriaux australiens et néo-zélandais, nous avons, systématiquement j'allais dire, une semaine australienne. C'est-à-dire qu'une fois que l'on a investi dans ce voyage, on est arrivé dans nos terres picardes, qu'est-ce qu'on fait après avoir vu la tombe, après avoir visité un ou deux Centres d'Interprétation ? On se tourne vers ce qu'il y a autour de soi et, en général, Jules Verne, ça parle à beaucoup de monde. Et on retrouve nos Australiens à la Maison Jules Verne.

J'ai beaucoup parlé des Anglophones, mais en fait il y a un peuple auquel il faut rendre hommage. Puisque l'on est dans l'imagerie de la Grande Guerre, c'est le courageux peuple belge comme on disait il y a cent ans. Avant toutes choses, et de très loin, ce sont les Belges qui sont nos principaux visiteurs. Alors là, forcément, on retrouve une fréquentation qui correspond peu ou prou à la fréquentation touristique du territoire qui nous entoure. C'est une fréquentation de

grande proximité. On va retrouver d'abord les Belges, en moins de deux heures on est à Amiens quel que soit l'endroit d'où l'on vient de Belgique. Après on va retrouver la Grande-Bretagne, les Pays-Bas, l'Allemagne. Les Etats-Unis, ça c'est l'aspect quand même un petit peu Jules Verne qui nous attire. L'Italie, dans un dernier temps. Après les autres pays sont vraiment des quantités négligeables. La question du néerlandais, on peut en parler longtemps. Le chiffre est récent parce qu'il n'y a pas si longtemps que nous nous sommes mis vraiment à compter précisément les gens, non pas seulement par leur nationalité mais aussi par la langue qu'ils parlent parce que c'est quand même intéressant dans la médiation. Là, les chiffres sont ceux de juillet et août et ils vont contredire le discours que je vais tenir puisque l'on a estimé à 18% les personnes qui parlent néerlandais visitant la Maison et les personnes parlant anglais à 28%. Mais il faut reprendre les proportions, je ne sais pas combien représente la population de la Flandre et celle des Pays-Bas en nombre de personnes, et si vous comparez cela au Royaume-Uni, plus les Etats-Unis, plus l'Australie, plus la Nouvelle-Zélande, il y a des choses à réfléchir concernant les questions de médiation et peut-être faut-il penser les choses autrement.

Je vous laisse devant la Maison que certains connaissent. Hier, M. Borer parlait de la tour, j'ai trouvé que c'était une belle image. Comme je le disais, Amiens touristiquement est un nouveau venu dans le paysage. On peut dire que cela se compte en décennies, de parler de fréquentation, de politique touristique, y compris au niveau de notre collectivité. C'est vraiment quelque chose de nouveau. Et forcément en partie aussi les nouvelles pratiques touristiques, comme je le disais tout à l'heure, moins loin, moins longtemps, moins cher. Mais aussi, peut-être, une nouvelle pratique touristique plus respectueuse de l'environnement. On a eu le coup de chance de ne pas bétonner notre Baie de Somme et de ce côté-là elle est très attractive. Et puis il y a ce que l'on appelle, je ne suis pas un spécialiste, un tourisme expérientiel. Cela participe un peu de ces nouvelles pratiques touristiques.

Concernant Jules Verne, en fait, on a fait longtemps en bon élève des enquêtes de provenance au moment de l'achat à la billetterie, et depuis peu on a commencé à réfléchir avec une première enquête qui a donné quelques éléments. On a commencé en juillet et août, et déjà on s'est posé la question de la place du néerlandais par exemple, et pas que celle-là. Ou bien la manière dont les gens viennent à la Maison, même si Jules Verne possède une popularité planétaire, ça on ne le contestera pas. Je rappelle qu'*Index Translationum* dit que ce serait l'écrivain français le plus traduit dans le monde et qu'il le resterait. Et ça, même si ça attire les gens, d'abord le touriste vient à Amiens et après, quand il est arrivé à Amiens, quand il a choisi cette destination, il va visiter la Maison de Jules Verne. Et non le contraire. Ça c'est quelque chose qui est important à noter. Bien sûr, il y a des proportions de visiteurs. C'est-à-dire que la Maison de Jules Verne avec ses 43 000 visiteurs ne va pas jouer dans la même cour que notre cathédrale gothique et ses 600 000 visiteurs annuels estimés mais, en attendant, on est dans un ensemble qui fait que l'on va venir à Amiens.

La question du public étranger s'est posée très vite à la Maison. On a vraiment dû réfléchir, mon prédécesseur et moi, et on continue à réfléchir à la question : quel accueil et quelle médiation pour le public étranger, surtout quand il ne parle pas français ? Pour l'accueil se pose bien sûr la première question, c'est toujours l'anglais qui quand même nous triture, c'est vrai que je ne suis pas personnellement partisan d'un tout à l'anglais, mais il a bien fallu qu'à un moment donné on ait des outils de médiation efficaces. La Maison est entièrement cartellisée bilingue français-anglais et dans le recrutement, même si l'on a un petit peu baissé la garde ces temps derniers, on essaye d'avoir des agents qui aient un bon niveau de maîtrise de l'anglais. Je vais reprendre, pour faire simple, le cadre européen de compétences, un niveau entre A2 et B2. C'est vraiment un niveau basique mais qui, quand même, permet une discussion. C'est vrai que cette pratique-

là, quoi qu'on puisse penser de la place que l'on accorde à l'anglais, dans notre Maison c'est un élément de fluidité au niveau de l'accueil. L'anglais, je le rappelle, c'est d'abord la langue native du Royaume-Uni, qui est tout près, et puis, quoi qu'on en pense, c'est quand même une langue véhiculaire. Si je reprends le cas des Pays-Bas, de l'Allemagne, des Pays scandinaves, dès que ces populations-là quittent leur territoire pour aller faire du tourisme, très souvent, quand elles arrivent à l'accueil, y compris la Belgique néerlandophone, surtout la jeune génération, elles s'adressent à l'agent d'accueil en anglais. Il faut le maîtriser. C'est aussi inclure le visiteur dans l'histoire racontée par la Maison Jules Verne. Je pense vraiment que ce côté-là permet de détendre un petit peu l'atmosphère.

Sur les outils de médiation, je vais vous annoncer, puisqu'il est passé sur les fonts baptismaux il y a peu, que nous venons de publier un livret d'accompagnement en russe. Il est tout neuf. Et nous rêvons, et là ce sera plus pour la symbolique parce que Jules Verne était un partisan de cette langue, d'un livret d'accompagnement en espéranto. En attendant, nous avons développé depuis la réouverture en 2006, une offre de livrets d'accompagnement en différentes langues, plutôt que de multiplier les langues dans la cartellisation. Il s'agit de permettre aux visiteurs, c'est une image un petit peu osée, de « lire » la maison dans sa propre langue et de s'y sentir un peu plus chez lui que chez la personne qu'il visite. C'est vraiment l'idée de réduire la distance entre le visiteur non francophone et le parcours de visite. Et puis en même temps, on le ressent bien quand on est sur place, surtout dans les périodes chaudes de juillet-août, ces braves visiteurs non francophones, qui baignent dans le français depuis plusieurs jours, en souffrent parfois aussi. Et on leur permet ainsi une petite respiration. Donc l'offre de nos documents d'accompagnement, c'est anglais, allemand, espagnol, italien, néerlandais, chinois et russe depuis peu. L'audioguide suit à peu près le même schéma, sauf que nous ne proposons pas l'italien, le néerlandais ni le chinois qui sont arrivés plus récemment dans notre offre multilingue. Et comme nos audioguides sont un petit peu obsolètes au plan technologique, on n'a pas cherché à faire de nouveaux produits. Nous réfléchissons plutôt à changer la technique avant de mettre en place de nouveaux textes.

La question du néerlandais se pose dans notre industrie touristique des Hauts-de-France. C'est vrai que l'on a énormément de retours positifs du public néerlandophone. Quand ces gens venant des Pays-Bas s'expriment d'abord en anglais et se voient proposer un livret d'accompagnement en néerlandais, souvent on sent qu'ils sont heureux que notre communication prenne en compte quelque chose qui nous est frontalier. C'est une zone linguistique à moins de deux heures d'Amiens, je le rappelle. Il y a souvent en même temps un ressenti sur ce point, parce que beaucoup de sites autour de nous proposent de la médiation en espagnol, en castillan excusez-moi. Je ne veux pas dire que le castillan soit moins noble que le néerlandais, mais c'est moins urgent en termes de population qui vient nous visiter régulièrement. J'ajouterai à cela un livret en braille et une tablette sur laquelle on a enregistré une visite guidée en langue des signes française mais ça, c'est un autre sujet. On est là dans l'accueil des visiteurs étrangers, donc avec une belle fréquentation. On a vraiment, en termes d'équipe, des collègues, y compris non-anglophones, qui font attention à la manière dont les gens sont accueillis, vont aussi ralentir leur débit linguistique quand il s'agit de s'exprimer pour eux et ça, ça se ressent très nettement.

J'arrêterai là en disant qu'en matière de communication, comme je l'ai dit, les gens viennent d'abord à Amiens. Pour la maison, on est beaucoup plus dans l'attente de ce que vont faire les professionnels du tourisme pour la promotion autour de la destination dans laquelle nous sommes, qu'une communication autour de la Maison Jules Verne. On a vraiment l'impression que pour nous il suffit d'ouvrir les portes et la lumière et les touristes arrivent. Merci.

L'expérience d'un responsable de développement touristique

Ludovic Azuar
Directeur de AD2T du Cher

Yves Pezilla

Donc Ludovic Azuar, le touriste vient-il d'abord dans le Cher ou dans le Centre, puis après à Saché, ou y a-t-il d'autres modèles ?

Ludovic Azuar

Pour répondre directement à cette question, ils viennent d'abord en Berry. Nous, on cultive l'art de vivre de cette ancienne province historique qui est née du regroupement de deux départements après la Révolution, l'Indre et le Cher.

Tout d'abord permettez-moi de vous remercier de me laisser la parole durant vos travaux, j'en suis vraiment heureux. En tant que directeur de développement d'agence touristique et d'office de tourisme, je vais vous parler de tourisme, bien entendu, donc d'économie. Vous allez entendre de ma part non pas une présentation avec des *slides* mais plutôt des propos qui, je l'espère, vont favoriser l'échange entre la salle et nous.

Comme le tourisme c'est de l'économie, vous êtes l'un des facteurs de développement du territoire durant ces trois journées en Berry. Je tiens à remercier Sophie Vannieuwenhuyze, car je pense qu'elle doit bien évidemment y être pour quelque chose en ce qui concerne votre présence à Bourges, donc Sophie, je t'en félicite et t'en remercie.

Mon intervention durant un petit quart d'heure va donner bien entendu un coup de projecteur sur le décor du tourisme dans le département du Cher. J'essaierai de faire des intrusions en Berry, il va de soi, mais je vais m'efforcer effectivement de vous illustrer mes propos au travers de ce département dans un premier temps. Et puis, dans un second temps, je vais vous parler de la plus grosse coopération qui existe sur le département du Cher, au travers d'un événement que vous connaissez peut-être, je l'espère, qui est le Printemps de Bourges, avec des facteurs clés de succès. C'est vraiment un cas concret d'accueil de touristes européens sur notre territoire, avec des points qui sont éminemment positifs et puis d'autres qui doivent être soulevés et appréhendés comme il se doit.

Dans un premier temps, quelques mots sur le département d'un point de vue touristique puisque Bernard, vous l'avez fort bien évoqué pour la Somme, on a plein de similitudes en fait. On a aussi une cathédrale qui, en ce qui nous concerne, est classée au Patrimoine mondial de l'UNESCO, comme la vôtre, et qui reçoit aux alentours de 600 000 visiteurs. Les chiffres que je vais vous donner sont plutôt à l'échelon départemental et non pas, je dirai, régional voire interrégional puisque nous sommes dans une région qui n'a pas évolué administrativement par rapport à l'ancien Centre-Val de Loire, c'est toujours la même.

Au niveau départemental, on a un poids touristique important en ce qui concerne un territoire comme le nôtre, puisque c'est 230 millions d'économie générée sur le territoire par les touristes chaque année. Ce sont près de 5 000 emplois dans le département du Cher. Ce sont 1 200 000 nuitées sur le territoire dans son ensemble, avec une durée moyenne de séjour, sur certains types d'hébergement, de 5,2 nuits. Sur une ville comme Bourges, avec de l'hôtellerie de plein air et le fait que nous soyons au centre névralgique national français, on est aussi une zone de transit pour des touristes européens qui vont en Espagne, en Italie et qui ne font que traverser la France. La durée de séjour sur Bourges est seulement de 2,1 nuits au total. Là aussi on a développé des incitations à rester un peu plus sur le territoire, je vais essayer de vous l'expliquer.

Nous développons le tourisme culturel avec l'œnotourisme, et vous avez eu la chance de déguster quelques vins de notre région tout à l'heure durant le buffet, Sancerre le plus connu, mais aussi Menetou-salon et Quincy... Le tourisme œnologique est certainement la typicité d'offre touristique de notre département qui est la plus représentative, la plus prégnante. Les visiteurs étrangers et français viennent principalement pour cette offre culturelle. On a un slogan : « En Berry, notre campagne a du style » et, effectivement, c'est grâce à cette offre culturelle omniprésente sur le territoire que nous avons la chance d'avoir ce type de clientèle, qui est « plus-plus » en termes de partage des connaissances et aussi de consommation touristique, ce qui pour nous évidemment est un facteur clé de succès sur le territoire.

Sur cette ancienne province historique du Berry, il y a des traces patrimoniales d'une richesse que j'espère vous allez découvrir. Demain vous allez à Nohant, vous allez aussi visiter une très belle ville comme Bourges, vous allez voir ainsi de très jolies pépites de notre territoire en Berry. Je dirai également qu'au travers de l'histoire, il y a un passé récent qui a fait de Bourges un vecteur culturel particulièrement puissant, très fort, puisque Bourges est quand même la ville en France où il y a eu la première Maison de la Culture. Cela a été de nouveau vraiment une fabuleuse rampe de lancement, après les *Très riches heures* du duc Jean de Berry, et c'est aussi pour cela que la culture est vraiment stimulée sur notre territoire. C'est aussi pour cela, effectivement, qu'il y a depuis plus de quarante ans un événement aussi majeur que le Printemps de Bourges ici. Le tourisme culturel est donc très présent dans le département du Cher, il fait partie de nos gênes, comme vous l'avez compris. Je vais m'arrêter sur les atouts conséquents du territoire.

Donc, bien sûr, cette cathédrale classée au Patrimoine mondial qui est le site de visite, le point d'attractivité du département et du Berry dans son ensemble. C'est un lieu de culte, donc il n'y a pas de ticket d'entrée, mais on estime le public, comme je l'ai dit tout à l'heure, à 600 000 visiteurs. La Ville de Bourges est une ville postmédiévale, pré-renaissance, donc qui compte aussi le Palais Jacques Cœur, l'Hôtel Lallemant, des musées exceptionnels, un Muséum tout aussi remarquable, et je salue Sébastien Minchin dans ses locaux. Il le sait aussi bien que moi, une Ville d'art et d'histoire mérite à elle seule la visite. Il y a également à Bourges la présence d'un événement qui a apporté, depuis plus d'une vingtaine d'années, une force à ce territoire, ce sont les *Nuits Lumières* de Bourges. C'est un spectacle nocturne gratuit durant l'été, qui permet une déambulation, une découverte de la ville, où les sens sont éveillés d'une manière différente de ce que l'on peut avoir durant la journée. Donc c'est un autre moyen d'explorer la ville et je vous invite, là aussi, à revenir à l'été 2019 pour voir effectivement ces *Nuits Lumières*. C'était innovant il y a une vingtaine d'années, donc cet événement a fait date et a créé une fréquentation supplémentaire sur le territoire.

Il y a eu aussi des précurseurs, il y a une quarantaine d'années, avec la Route Jacques Cœur qui a été créée, l'une des premières routes historiques de France, qui comporte aujourd'hui une

vingtaine de sites, de monuments, de villes comme le Château d'Ainay-le-Vieil, le Château de Meillant, la Verrerie, l'Abbaye de Noirlac également. Mais le département du Cher, c'est aussi des villages typiques comme Apremont-sur-Allier, l'un des plus beaux villages de France, ou des petites cités de caractère comme Sancerre, Aubigny-sur-Nère ou Drevant. On parlait de Ville d'art avec Bourges, mais c'est aussi des Pays d'art et d'histoire avec le Pays Loire-Val d'Aubois qui est positionné sur le développement industriel au XIX^e, début XX^e siècle. Ce sont toutes ces initiatives qui font que le département aujourd'hui est dans une dynamique touristique où l'on parle effectivement de plus en plus, comme vous l'évoquiez pour la Somme, de développement économique, qui fait partie de ces nouveaux enjeux pour les territoires.

Je n'oublierai pas, bien sûr, le sujet qui vous anime aujourd'hui, les Maisons d'écrivain, et en Berry elles sont très bien représentées avec les Maisons de Nohant et de Gargilesse pour George Sand, et puis celles d'Alain Fournier, et aussi le Musée Marguerite Audoux à Sainte-Montaine où vraiment il y a un public de niche, certes, mais un public qui vient et nous permet d'augmenter la durée du séjour sur le territoire. Peut-être plus modeste que mon collègue de la Somme, la fréquentation des sites en termes de tickets d'entrée vendus dans le département du Cher dans son ensemble, n'est que de 500 000 personnes. Vous comprenez bien que c'est un tourisme diffus, on est très éloigné du tourisme de masse. On est dans une logique, dans un positionnement de *slow tourism*, on est dans une logique de consommer vraiment un tourisme avec une certaine qualité, avec le partage et l'échange, avec la rencontre de l'autre. C'est un territoire où il fait bon flâner et j'ai coutume de dire, mais l'expression ne vient pas de moi, que pour découvrir notre campagne « qui a du style », il faut bien souvent écarter les branches pour explorer notre département, pour qu'il dévoile complètement ses pépites.

Passons maintenant à un exemple concret de coopération touristique avec cette manifestation qu'est le Printemps de Bourges. Il est né en 1977, c'est l'un des plus anciens festivals de musique contemporaine en France et il donne le coup d'envoi de la saison des festivals puisqu'il a lieu en avril durant six jours. Bien souvent on retrouve la programmation de ce festival au travers d'autres festivals en France comme les Eurockéennes de Belfort ou les Francofolies de La Rochelle, pour ne citer qu'eux. Le Printemps résonne dans la ville depuis près de quarante ans. Il accueille environ 200 000 personnes, 200 000 visiteurs qui sont principalement européens, bien sûr surtout français puis composés ensuite de clientèle étrangère qui fréquente les différents festivals. Avec une typicité sur celui-ci, c'est que bien sûr il accueille de nombreux festivaliers, mais aussi de nombreux professionnels, des producteurs, des managers de labels, des maisons de disques qui sont présents pour ce premier rendez-vous annuel. Ça c'est un facteur qui est très intéressant parce que cela permet d'avoir un coup de projecteur, d'être très présent en termes d'image dans les médias nationaux et internationaux.

Le Printemps de Bourges, c'est quatre-vingt spectacles, deux cents artistes, une douzaine de lieux pendant six jours qui sont monopolisés par le spectacle, et évidemment pour accueillir ces 200 000 visiteurs, c'est toute une organisation. C'est un formidable facteur de développement économique et d'image, comme je vous le disais. Mais pour que ce soit ainsi, il faut que ce soit une réussite, et bien souvent il faut stimuler des points pour favoriser l'accueil de ces visiteurs qui sont en fait très éloignés des préoccupations initiales des organisateurs du festival. Pour eux c'est la programmation d'abord. Quand le festival est né en 1977, c'était avant tout un partage, des concerts, les nouvelles tendances des musiques de l'époque et la découverte des artistes. Aujourd'hui, bien évidemment, c'est toujours le cas, mais pour que ce soit une véritable réussite au niveau de la programmation, il faut que l'accueil de ces touristes sur le territoire soit réussi également. Cela passe par une levée de tous les écueils qu'il peut y avoir en termes de logistique avant, pendant et après le festival. Cela veut dire une anticipation très forte sur des

problématiques aussi basiques que le stationnement, l'orientation, la propreté dans la ville en passant par l'hébergement et l'accueil de la clientèle étrangère. C'est quelque chose qui est essentiel pour la réussite, qui est de plus en plus analysé, travaillé par les organisateurs. Pour améliorer cet accueil, on passe aujourd'hui par des outils numériques principalement. Cela veut dire bien sûr des sites Internet en amont, cela veut dire des applications sur de l'Internet de séjour pendant le Printemps de Bourges. Cela veut dire des outils numériques comme un *Chatbot*, c'est-à-dire un peu un assistant personnel ou une conciergerie virtuelle à laquelle vous allez vous adresser en posant vos questions directement sur tout type de problématique que vous avez. Mais derrière, en fait, c'est un robot qui vous parle, ce sont des algorithmes qui vous répondent.

Ce sont des enjeux qui sont essentiels en termes de logistique. Il y en a un qui est évident pour moi avant tout, c'est celui de la coopération qu'il doit y avoir sur le territoire avant même les problématiques numériques. C'est la coopération humaine sur le territoire entre les acteurs économiques, artisans, commerçants, mais aussi habitants, pour favoriser justement l'accueil et la présence de ces visiteurs *in situ*. Là aussi, il ne faut pas se voiler la face. 200 000 visiteurs sur six jours dans une ville comme Bourges, ça peut quelquefois générer des tensions avec les habitants. Ce que l'on appellerait dans certaines villes la « tourismophobie », qui est un terme qui devient de plus en plus prégnant dans les médias aujourd'hui. Bourges n'est pas une ville où la densité touristique est aussi forte qu'à Barcelone, loin de là, mais du coup on a pu voir dans les années 1990 à 2000 cette vague d'habitants qui déserte la ville parce qu'il y a trop de monde, parce qu'il va y avoir des embouteillages pour accéder à son domicile ou son commerçant de proximité... donc cela génère des situations délicates. Elles sont cependant de plus en plus levées par une volonté d'ancrer le Festival au cœur du territoire. Donc c'est un moyen aussi de faire que le touriste n'est pas un intrus dans le développement de la ville au travers du festival culturel. On est d'accord, les festivaliers ne sont pas tout à fait dans la cible dont vous avez exposé tout à l'heure la segmentation. On n'est pas forcément sur une clientèle plus-plus. L'hébergement trois ou quatre étoiles est plutôt plébiscité par les professionnels. Ensuite, c'est un public jeune qui va aller dormir dans des hébergements collaboratifs plutôt que dans le haut de gamme, qui peut aussi générer des nuisances parce que ce sont des festivités. Tout cela est travaillé au travers d'une image de ce Festival qui évolue pour l'ancrer définitivement dans son paysage. Il y a quelques années, les festivaliers ne s'arrêtaient même pas pour voir la cathédrale, ne connaissaient pas le Palais Jacques Cœur, ne visitaient pas non plus les musées. Alors ils ne le font peut-être pas plus aujourd'hui en termes de billetterie, on ne va pas pratiquer la langue de bois, mais par contre les organisateurs du festival ont bien compris qu'il était important de mettre des scènes dans la cathédrale, dans le Palais Jacques Cœur ou sur d'autres sites, avec des conférences, des expositions. On est dans cette logique où l'habitant du coup ne considère plus le touriste ou le festivalier comme un intrus mais c'est vraiment un partage total, pas seulement sur un micro-territoire de la ville mais vraiment dans son ensemble.

Du coup, le Printemps de Bourges a pris de l'importance puisque ce sont 150 000 billets vendus pour les spectacles, et c'est aussi un *Off* comme à Avignon, un *Off* qui prend une belle emprise dans la ville et du coup qui apporte beaucoup de gaieté et une image vraiment dynamique durant ces six journées. Les habitants sont forcément très fiers de faire parler d'eux, de voir leur ville dans des médias nationaux, dans les journaux, dans la presse locale. Qui plus est, c'est un festival qui découvre de nouveaux talents, Christine and the Queen, Eddy de Preto, si ça vous parle, ce sont des gens qui étaient là il y a trois ans, totalement inconnus, alors qu'aujourd'hui ils remplissent les salles, pour Christine and the Queen par exemple, au niveau international. Ce sont des gens qui gardent en plus une affection pour Bourges et son Printemps tout au long de leur carrière. Ce sont des éléments très importants pour nous. Du coup, on s'y est attaché

pour montrer toute l'importance d'un festival comme celui-ci au niveau de l'agence, en utilisant des moyens modernes d'observation, au travers de la téléphonie mobile et de la gestion des flux de ces 200 000 visiteurs via les smartphones lorsque vous passez près d'un relais. Orange nous a fourni ce que l'on appelle de la *data* pour connaître et reconnaître effectivement la durée de séjour de leurs clients sur le territoire, qu'ils soient français ou étrangers. On a passé tout cela à la moulinette et ça nous permet de donner aux organisateurs où se trouvent les flux de personnes à tel moment, à tel endroit, et du coup de conforter des éléments de sécurité, mais aussi cela nous permet d'avoir une observation fine de qui fréquente ce festival. Là aussi ce sont les outils modernes qui nous permettent d'améliorer l'accueil des festivaliers et des touristes sur le territoire.

En conclusion, ce que je voulais dire, vous l'avez compris, c'est qu'il y a trois points sur lesquels il est important de s'arrêter. Le premier, c'est la coopération, c'est le travail en réseau entre les différents acteurs, les gros, les plus petits, mais tout le monde est dans cette même stimulation du public, donc il ne faut pas avoir de craintes de travailler avec l'autre, ce sont des enjeux qui permettent effectivement d'avoir un vrai positionnement, une vraie visibilité et un vrai impact pour faire monter les territoires en termes de notoriété. Ça c'est un premier point, le travail en coopération, sur lequel je voulais vraiment insister. Ensuite, je vous ai présenté plutôt rapidement un événement qui est hors catégorie par rapport à des sites de visites. Vous parlez de 43 000 visiteurs, moi je rêverais que les Maisons d'écrivain dans le Cher reçoivent 43 000 ou 50 000 visiteurs. Bien sûr ce n'est pas toujours simple à comparer mais néanmoins les enseignements sont là. Recevoir du public sur un événement majeur, c'est comme recevoir du public touristique sur des petits sites. L'accueil est prépondérant. Avoir des audioguides, comme vous le disiez, en langues étrangères, avoir des outils numériques qui vont justement vous faciliter le fait que vos moyens sont minimalistes, ce sont des moyens, des facteurs de réussite importants, qui plus est pour les nouvelles générations qui aujourd'hui sont toutes connectées, hyper-connectées. On est dans une situation où l'on est en capacité d'avoir de l'information facilement et surtout de se connecter à l'autre d'une manière très simple. Impliquons aussi les habitants, utilisons les moyens modernes pour communiquer et puis continuons à travailler sur le binôme tourisme et culture pour favoriser l'accueil des clientèles et des touristes sur nos territoires. Ré-enchantons-nous et c'est ce qui est important dans ces Rencontres, je pense.

Merci à vous, merci pour votre attention.

Questions/réponses

Yves Pezilla

Merci Ludovic Azuar. Avant de passer la parole pour un échange avec la salle, je voulais savoir si l'un ou l'autre des intervenants voulait rebondir sur les propos qui ont été tenus par un collègue.

Claude Origet du Cluzeau

Je crois que nous avons été assez consensuels chacun dans notre genre. Je veux dire chacun avec notre angle d'attaque, on ne s'est pas contredit.

Ludovic Azuar

Je voulais vous remercier parce que j'ai compris tout à l'heure que les visiteurs occasionnels faisaient seulement 30 minutes de déplacement autour de leur hébergement. Sur les territoires ruraux, maintenant on roule à 80 km/h en France. En 30 minutes, on arrive à aller jusqu'à Sancerre, on arrive à aller du Nord au Sud, à l'Est, à l'Ouest du Berry, donc ça me va très bien. Effectivement on peut travailler sur ce développement de clientèle, tout à fait.

Bernard Sinoquet

Je voulais rejoindre Ludovic sur la question de la coopération sur le territoire. La caractéristique de la Maison d'écrivain, c'est qu'elle n'a pas forcément été prévue comme un lieu de visite et on va vite arriver, c'est le cas à la Maison de Jules Verne, à des limites physiques des locaux, des équipes, mais en attendant on a besoin autour de nous de gens qui prescrivent. C'est-à-dire que la population locale, l'hébergeur, le restaurateur, il faut qu'ils soient au courant de ce que nous sommes et qu'ils soient capables avec leurs mots à eux de prescrire la visite de la maison. Ça se développe bien. Je pense en même temps que la collectivité locale utilise, use, quelquefois abuse, de l'image de Jules Verne. Par exemple il y a des restaurants qui ont décidé de prendre des thématiques verniennes. Par exemple il y en a un qui s'appelle *La Maison à vapeur*, en l'honneur d'un roman de Jules Verne. Ces publics-là nous fréquentent par ailleurs, donc deviennent aussi des prescripteurs de la visite et je pense qu'il faut vraiment que l'on travaille sur cette coopération. Pour le coup, la coopération de la Maison, lieu touristique, n'est pas à l'autre bout du monde. Elle est là tout de suite, elle est chez le débitant de tabac qui fait le coin de la rue, de l'autre côté du carrefour. Est-ce qu'il va dire au client : « *Est-ce que vous avez visité la Maison ?* ». Est-ce qu'on va y déposer des flyers ?...

Yves Pezilla

Est-ce que sous cet angle-là, Mme Origet du Cluzeau, vous avez des exemples de coopération mais au-delà du local que l'on est en train d'évoquer, de coopérations bilatérales ou multilatérales au niveau européen ?

Claude Origet du Cluzeau

A l'échelon européen, pas vraiment non, en dehors des Chemins. Et encore, quand on voit la

pratique des Chemins, en général ce sont des petits bouts. Les gens font un petit bout. Ils sont contents d'être sur le Chemin de Compostelle ou de Charlemagne, mais ils font des petits bouts... Quelquefois le petit bout passe une frontière...

Ludovic Azuar

Je ne répondrai pas au niveau européen, mais à l'échelon d'une ville, d'une destination, il y a des concepts simples pour favoriser la mise en réseau, quelquefois aussi difficilement déclinables quand on est sur certaines typicités de sites. Pour les touristes qui passent, il faut des logiques qui vont les garder sur le territoire, leur donner envie, parce que c'est surtout ça en fait. Le touriste est un ignorant. Pardonnez-moi l'expression, mais aujourd'hui on achète son séjour d'une manière complètement différente par rapport à il y a 20 ou 30 ans. Autrefois, avant d'arriver sur le territoire, on lisait *Le Guide vert Michelin*, *Le Routard*, un *Gallimard*, j'essaie d'en citer plusieurs. Aujourd'hui on utilise son smartphone et donc on est ignorant quand on arrive, d'où l'importance justement du travail en réseau, de l'échange, de parler avec son hôte pour lui dire : « Voilà ce qui se passe à trente minutes, à quarante minutes », ou chez le voisin, ou tel ou tel type d'événement. Le Pass peut être un élément de dialogue au-delà de l'information touristique qui reste essentielle à partager, là aussi sur des outils qui sont plus innovants aujourd'hui. Utiliser un smartphone, une tablette, Internet, il n'y a rien d'innovant à cela pour nos générations de seniors et de jeunes actuellement.

Il y a les Routes qui sont, je pense aussi, physiquement intéressantes à suivre, mais il y a aussi des Routes virtuelles, des réseaux. Alors, c'est vrai que cela peut effectivement chagriner les puristes et ça j'en conviens parfaitement. Moi, quand je suis en vacances, j'essaie plutôt de me déconnecter. Donc je suis tout à fait sur une autre cible, plutôt très mauvais public et encore « vieille génération ». Je travaille mon séjour avant le départ. J'essaie d'être surpris au travers du dialogue et de l'échange avec les habitants, sur place. On peut dire les indigènes, ça marche ! Ce n'est pas un vilain mot. Avoir des Routes physiques, là on était précurseurs il y a une cinquantaine d'années avec la Route Jacques Cœur, comme je vous l'ai dit tout à l'heure. Ce sont trois châtelains qui un jour se sont mis autour d'une table, un peu comme vous êtes en train de le faire, et ils se sont dits : « *Tiens, pour favoriser le partage de nos richesses, de la culture que l'on peut proposer à des visiteurs, est-ce que l'on ne pourrait pas se mettre en réseau et créer une Route ?* ». Donc là on est sur une Route physique, aujourd'hui il y a des générations qui sont sur des routes virtuelles en utilisant les réseaux sociaux. On est sur des logiques complètement différentes mais qu'il ne faut pas éluder, je pense. On peut se dire « *Non, ce n'est pas possible, ça ne marchera pas* », eh bien il y a vingt ans on se disait aussi : « *Internet ne va pas remplacer le minitel, ce n'est pas possible, le minitel c'est génial !* » et aujourd'hui on est au stade où l'on n'aura bientôt plus de ligne téléphonique fixe chez nous. Les jeunes générations ont une consommation complètement différente et je pense que si l'on veut maintenir de l'économie, de la fréquentation dans nos sites, un partage – c'est ça le tourisme aussi – un partage de nos connaissances et de nos valeurs, il faut aussi s'adapter au monde qui nous entoure.

Yves Pezilla

Une petite question à Bernard : j'ai l'impression que la Maison Jules Verne a un profil idéal pour se retrouver dans le cadre d'un projet européen sur un itinéraire. Alors quelle approche, quelle sensibilisation, quelles attentes ou quelles questions par rapport à ça ?

Bernard Sinoquet

Dans le questionnaire, c'est moi qui ai parlé des « utopies » comme sujet d'itinéraire. Ce serait un itinéraire virtuel plutôt que physique. Pour ce qui est de la Maison de Jules Verne, je pense que l'on pourrait d'abord, et on s'y attelle, coordonner nos activités avec le Musée Jules Verne de Nantes. Après, bien sûr, il y a la situation en région. On a un réseau qui a maintenant quelques années d'existence et vraiment produit des choses favorables à la Maison.

Pour aller plus loin, on fait comment ? Je pense vraiment que nous devons nous inscrire dans un itinéraire thématique pour ce qui concerne la Maison Jules Verne. Quand on regarde ce qui existe en Europe, il y a déjà le Musée Jules Verne à Nantes, la Maison Jules Verne à Amiens, la Maison d'Ailleurs à Yverdon en Suisse, le Mundaneum à Mons, plein de lieux où on retrouve la question de l'utopie. Ce n'est pas un sujet central dans l'œuvre de Jules Verne, mais un thème que Jules Verne a abordé qui nous permettrait justement de travailler quelque chose. Les réseaux thématiques, à mon avis, sont une des solutions sur la question européenne parce qu'à un moment donné, on va voir les limites de la géographie. Sur ce plan géographique, si on essaye de dépasser le cadre régional, je pense que c'est plutôt l'approche thématique qui m'intéresserait.

Yves Pezilla

Merci. Donc la parole à la salle maintenant pour quelques questions.

Jean-Claude Ragot

J'ai une question pour Mme Origet du Cluzeau. Je partage l'essentiel de ce que vous avez dit mais vous avez parlé, plus spécifiquement au niveau des Maisons d'écrivain, de deux choses qui me semblent un peu paradoxales et sur lesquelles il faudrait que l'on travaille. Vous dites que les Maisons d'écrivain sont un marqueur identitaire, notamment en France parce que pays d'écrivain. Ça c'est plutôt bien parce que c'est spécifique. Mais vous nous dites en même temps qu'on a une faiblesse, parce qu'on ne constitue pas une catégorie, ce qui fait que l'on est « assimilés à », mais pas reconnus en tant que tels. C'est un problème parce que, soit on se fond dans l'ensemble des musées et du coup on va singulièrement diminuer notre marqueur identitaire, soit on veut conserver ce marqueur identitaire et il faudrait que l'on fasse reconnaître notre dénomination.

Je dis ça d'autant plus que j'ai le sentiment que l'on se bagarre depuis un certain temps pour imposer la notion de Maison d'écrivain, mais je me rends bien compte que nos collègues et amis étrangers sont plutôt dans la dénomination de Musée littéraire. Dans nos instances internationales on parle de musées, parmi lesquels il y a différentes caractéristiques dont les musées littéraires. Personnellement, je trouve que de s'appeler Musée littéraire réduit considérablement le marquage identitaire de la Maison qui est un lieu habité, le fameux *domus* d'hier qu'on a intérêt à privilégier. Donc, comment concilier ce côté identitaire fort avec la faiblesse de notre dénomination spécifique ? Est-ce qu'il faut que l'on travaille énormément sur la dénomination pour l'imposer ? Enfin, quel est votre conseil sur ce plan ?

Claude Origet du Cluzeau

Je crois que c'est cette carte que je jouerais avec la force que vous avez maintenant, le nombre que vous êtes, et puis votre réseau européen, je pense que je jouerai cette carte-là pour faire admettre ce tiré-à-part en quelque sorte de la liste des sites culturels, et notamment dans les statistiques, puis petit à petit dans la Fédération des offices de tourisme de France, etc. Il faut le faire admettre comme cela, mais aussi se rattacher à la dénomination *Maison des Illustres*. C'est à considérer parce qu'on en a quand même un paquet. Et je peux vous dire que le Centre

des Monuments Nationaux patauge drôlement avec la Maison de Gambetta et celle de Clemenceau... Il se pourrait que vous trouviez des alliés, c'est une affaire de longue haleine, sur cinq à dix ans.

Jean-Claude Ragot

Il y a quand même un tiers des Maisons des Illustres qui sont des Maisons d'écrivain et qui relèvent de la Fédération.

Claude Origet du Cluzeau

Oui, vous seriez dominants dans ce label Maison des Illustres, c'est bien parce que c'est la France. Les Maisons d'écrivain prévalent.

Bernard Sinoquet

Il me semble avoir lu dans les textes qui ont été évoqués ce matin par Mme Chambron, que le Ministère lui-même se posait la question, notamment au niveau des labels, d'une certaine uniformisation pour rassembler un peu les forces, parce qu'il commence à être perdu dans tous ces labels qui se sont multipliés. Peut-être effectivement... être un peu plus fort pour être un peu plus écouté, ce n'est pas inutile... mais d'autre part il ne faut pas perdre son âme non plus.

Béatrice Labat

Excusez-moi d'être un peu pragmatique mais comme j'ai deux grands professionnels du tourisme avec nous, je m'interroge sur la traduction automatique que nous propose Google, sur les sites Internet, pas dans les traductions que l'on pourrait mettre dans nos Maisons mais sur nos sites Internet. Pour exemple l'année dernière j'ai changé notre site, qu'on essayait d'entretenir en anglais vaille que vaille, mais ça ne suivait pas l'actualité. Le nouveau prestataire nous a proposé de mettre dans de petits onglets la traduction en plusieurs langues. J'ai eu quelques retours fulminants d'Allemands qui me disaient que c'était scandaleux pour une Maison d'écrivain. A votre avis, est-ce qu'il vaut mieux ne rien faire du tout ou bien faire du « vaille que vaille » ? J'ai l'impression que l'anglais est à peu près correct mais les autres langues, je ne suis pas persuadée du résultat. Merci beaucoup.

Claude Origet du Cluzeau

C'est vrai que cette technique de traduction automatique de Google fait des progrès. Il y a eu des horreurs. Je crois qu'il faut rester extrêmement méfiant, surtout pour la catégorie d'information que vous produisez, parce que ce sont des informations très érudites, que Google ne capte pas. Je crois qu'il vaut mieux éviter plutôt que de prendre un pareil risque.

Ludovic Azuar

C'est une excellente question. C'est ce que l'on disait tout à l'heure, on utilise des moyens modernes pour accueillir au mieux les visiteurs européens et étrangers sur nos territoires. Moi, je suis du même avis que vous Madame, mais par contre il faut le faire. Il faut que vous traduisiez les contenus, c'est indispensable, mais Vous, pas Google Trad ! Quand on n'a pas beaucoup d'argent, on utilise Google Trad, c'est génial pour traduire des sites Internet en huit langues, et on répond quand même à des attentes de clientèle, et de clientèle spécifique. Je pense

qu'il faut se servir d'Internet comme on se servait hier d'un guide *Lonely Planet*, *Gallimard* ou *Routard* où, vous y avez fait référence tout à l'heure pour la clientèle néerlandaise, ils sont très heureux de trouver un document dans leur langue. Donc on est sur une véracité et une fiabilité de la traduction.

Utilisez Google Trad pour traduire des titres, oui, pour tout ce qui est l'arborescence du site, oui, mais tout ce qui va être lié à la base de données, la remontée des flux chauds ou des flux froids, il est indispensable que ce soit traduit par vos soins ou par un professionnel, au minimum en anglais et dans la langue de votre clientèle primaire.

Oui, traduisez, cela fait partie de l'accueil et c'est cela qui va favoriser la venue de nouveaux touristes. Moi je rêverais d'avoir 30% de touristes étrangers sur le département du Cher, nous n'en sommes qu'à 20% ce qui est à peu près la moyenne en Centre-Val de Loire, ce qui n'est déjà pas mal. N'oubliez pas qu'un touriste étranger va consommer plus sur le territoire. Donc, oui, traduisez, mais traduisez bien.

Sarah Froidurot

Sarah Froidurot de la Maison André Breton à Saint-Circq-Lapopie. Juste pour répondre à ce que vous dites. Pourquoi ne profite-t-on pas de Rencontres comme celles-ci, de la Fédération des Maisons d'écrivain, où l'on a parlé de réseaux de traducteurs, pour chercher des traducteurs dans d'autres réseaux, pour profiter des réseaux que l'on développe ici avec du plurilinguisme qui est, je pense, à la portée de nous tous pour mettre au point et mutualiser dès maintenant des moyens de traduction qui nous permettraient une mise en place directe dans nos Maisons ?

Bernard Lauer

Permettez-moi de vous livrer une certaine expérience sur les relations entre le Centre Grimm à Kassel et les touristes. En 1977, on a fondé la *Route des Contes* en Allemagne. Vous partez de la ville natale de Hanau et vous arrivez dans la ville de Brême où vous avez les *Musiciens de Brême*. Et là, il y a beaucoup de conflits parce que les professionnels du tourisme ont un grand succès : tout le monde vient en Allemagne pour connaître les lieux originaux, authentiques des contes, mais ces lieux, d'après les frères Grimm, n'existent pas. Alors on a toujours un conflit avec les touristes. On a des visiteurs étrangers aussi, des Français, des Néerlandais, des Japonais qui visitent toutes ces villes des contes. Ils posent la question : « Pourquoi *Le Petit Chaperon Rouge* est-il situé dans cette région ? Pourquoi *La Belle au Bois Dormant* est-elle située dans ce château ? ». Ça n'a rien à voir avec les Maisons d'écrivain ou les frères Grimm. Mais chez vous, pas loin d'ici, au bord du Loir, vous avez un phénomène identique avec le Musée d'Ussé. Là on raconte aussi l'histoire de *La Belle au Bois Dormant* de Charles Perrault, mais ce n'est pas la vérité. Alors, pour nous c'est très important d'avoir la *Route des Contes* parce que beaucoup de monde vient à Kassel, mais on doit toujours contrôler la vérité.

Claude Origet du Cluzeau

Je peux répondre ? Vraiment je vous remercie d'avoir évoqué cette problématique parce que c'est un vrai défi pour le réseau ici. Nous avons, au Château d'If, une quantité de visiteurs qui en fait vient voir la cellule du *Comte de Monte-Cristo*, Edmond Dantès, le prisonnier, et de l'abbé Faria. Ce sont des Maisons d'écrivain imaginaires !

Un intervenant ?

Pardon, dans le Château d'If, quand je l'ai visité, il y avait dans la pièce supposée de Monte

Cristo une télévision qui passait le film dans lequel on voyait Depardieu dans le rôle. Et ça confortait dans l'esprit des gens le fait que, ah oui, c'est bien là que le Comte de Monte Cristo se trouvait puisqu'ils voient le film.

Ludovic Azuar

Je pense que dans cette problématique-là, ce qui est nécessaire, c'est d'apporter des éléments scientifiques, historiques dans le site, qui vont effectivement susciter l'imaginaire du touriste. Mais pourquoi ne pas partir de cela pour développer le tourisme ? Après il ne faut pas lui raconter des blagues, on est bien d'accord ! Faire du tourisme c'est aussi partir dans l'imaginaire de l'écrivain. Nous, chez George Sand, quand on les emmène voir la *Mare au Diable*, les visiteurs sont déçus parce que c'est une petite mare au fond d'un bois. C'est quand même cette mare-là qui lui a ouvert l'imagination pour écrire son roman. C'est pareil pour Dumas. Après, c'est à nous, je pense, de travailler la médiation, la présentation pour faire coïncider tout cela.

Bernard Sinoquet

C'est vrai qu'avec Jules Verne, on a une chance infinie. Comme chaque fois les thèmes de ses romans sont à l'autre bout de la planète, Moscou, Irkoutsk, *Le Tour du monde en 80 jours*, l'étape en Inde,... donc de ce côté-là on est peinarde, mais il vrai que l'on traîne aussi avec Jules Verne un certain nombre de légendes sur lesquelles il est dur d'intervenir. Surtout en visite libre. La visite guidée, ça va, mais quand on est en visite libre il y a quelquefois des gens qui ressortent avec l'image d'un écrivain casanier par exemple, alors que Jules Verne était un voyageur. Ça, peu de gens le savent. Il a été navigateur de plaisance, il est allé jusqu'aux Etats-Unis. Ce n'est pas un grand bourlingueur, mais il a quand même pas mal voyagé.

Après, moi je me dis toujours que, quand on est dans une Maison d'écrivain, on est quand même un peu dans le sanctuaire. Ça aussi il faut le dire. Yves Gagneux de la Maison de Balzac à Paris m'avait dit un jour : « *On ne vérifie pas l'efficacité d'un sanctuaire à sa véracité* ». Peu importe, on y va, on est dans le sanctuaire. On sait, nous, qu'il y a du mobilier qui n'appartenait pas à Jules Verne, mais on est dans l'ambiance XIX^e bourgeois provincial, pour ceux qui connaissent la Maison. Ça fonctionne à fond, les gens sont heureux et voilà. Et notre sanctuaire est efficace. Pour les miracles, on verra plus tard...

Yves Pezilla

Je crois que ce sera le mot de la fin.

Table ronde 4

Vers une véritable coopération entre maisons et patrimoines littéraires en Europe ?

Antoine Selosse
directeur du Centre Culturel Européen Saint-Martin-de-Tours

LE TEXTE QUI SUIT EST EN LIEN AVEC LE DIAPORAMA (11 VUES)
INTITULE "Le réseau européen des Centres culturels Saint-Martin"

Alain Tourneux

Il est temps de reprendre nos communications et débats pour la dernière partie de cette seconde journée de nos Rencontres. Aujourd'hui, au point où nous en sommes, nous sommes déjà dans la phase des perspectives et de la synthèse que nous devons faire tout à l'heure.

Nous accueillons Antoine Selosse et Christophe Voros.

Antoine Selosse, qui parlera le premier, est directeur du Centre culturel européen saint Martin-de-Tours. En 2012, vous avez mis en place un réseau européen avec treize Centres culturels saint Martin-de-Tours, dans dix pays, et avec pour objectif de développer un Itinéraire culturel européen saint Martin-de-Tours, qui a été labellisé par le Conseil de l'Europe. Votre expérience compte beaucoup et c'est pour cela que nous sommes très heureux de vous accueillir. Je vous laisserai compléter si nécessaire.

Christophe Voros, vous êtes président de la Fédération française des Itinéraires culturels européens. Vous avez l'habitude de vous rencontrer avec Antoine Selosse. Vous avez fondé cette Fédération française des Itinéraires culturels européens en 2009. Vous l'avez cofondée au nom de la Fédération européenne des sites clunisiens dont vous êtes le directeur. La Fédération française regroupe actuellement quatorze Itinéraires culturels européens dont neuf sont reconnus par le Conseil de l'Europe. Voici des exemples qui sont bien utiles pour nous-mêmes si, et nous le comprenons, nous nous situons dans un registre un peu différent avec nos Maisons. C'est très volontiers que je vous passe donc la parole.

Antoine Selosse

Tout d'abord un grand merci pour cette invitation.

Quelques mots déjà sur saint Martin. C'est un personnage emblématique, né au IV^e siècle en 316 en Pannonie, l'actuelle Hongrie. Il a grandi en fait en Italie. Son père était militaire et il sera enrôlé de force dans l'armée. On pense qu'il a dû circuler sur une dizaine de pays actuels de l'Europe.

Tout à l'heure on a parlé de Jules Verne, il y a un autre personnage très important à Amiens, pour moi évidemment. C'est saint Martin, car c'est à Amiens qu'il coupe son manteau en deux et donne la moitié qui lui appartient à un pauvre. Il va ensuite demander son baptême et on le retrouvera après en Allemagne, où il va donner son congé de l'armée. Il va rejoindre ensuite Hilaire, évêque de Poitiers, qui va être son formateur. De Poitiers, on sait qu'il est retourné en fait en Pannonie retrouver ses parents. Il baptisera sa mère et puis on pense qu'il est même allé jusqu'à Metrovica, ancienne Serbie. Ensuite on va le retrouver au niveau de Milan où il va commencer à vivre comme un ermite. Il va fuir en fait la ville de Milan, il va se réfugier sur l'île de Gallinara qui se trouve sur la côte ligure. Ensuite il ira à Rome pensant retrouver Hilaire qui était en exil, donc saint Hilaire évêque de Poitiers. Finalement, saint Hilaire étant revenu à Poitiers, saint Martin retourne à Poitiers. Il va fonder tout à côté le premier monastère d'Occident qui est l'abbaye de Ligugé. Il sera enlevé par les Tourangeaux pour être nommé évêque de Tours et ensuite il va de nouveau circuler sur une grande partie de la Gaule et en dehors. Il rencontrera, entre autres, trois fois les empereurs à Trèves. On voit un grand personnage évidemment qui a beaucoup circulé en Europe.

On a créé en 2004-2005 le Centre culturel européen saint Martin-de-Tours, qui est donc une association. Cette association d'intérêt général avait déjà pour principale mission le fait de relier le patrimoine martinien sur les pas de saint Martin. Et puis de faire émerger en France des initiatives liées à l'itinérance douce et de développer une itinérance de citoyenneté basée sur nos racines culturelles communes entre les différents pays européens. Dès le départ, en fait je suis désolé que la représentante du Ministère soit partie, parce que nous avons eu un réel soutien du Ministère de la Culture, de 2005 à 2009, ce qui nous a énormément aidés à développer le projet, évidemment, dans sa dimension européenne. On a été soutenus ensuite par le Sous-secrétariat au Tourisme. Le département de l'Indre-et-Loire a été l'une des premières collectivités à nous avoir aidés ainsi que les communautés de communes, la ville de Tours bien évidemment, et puis la région Centre. Le souhait en fait du département d'Indre-et-Loire, c'était que l'on puisse créer des chemins qui permettent en fait aux touristes, mais également aux locaux, de redécouvrir l'histoire du personnage de saint Martin, mais également le patrimoine très riche qui lui est lié.

Donc on a ouvert trois parcours. Je vais vous faire un petit descriptif d'un parcours parce qu'en fait tous les autres sont sur le même modèle. Le premier, c'est la fameuse histoire de saint Martin formé par Hilaire, l'évêque de Poitiers, qui fonde l'abbaye de Ligugé. Donc on a un chemin qui va de Ligugé à Tours. Ce chemin s'appelle *Le Chemin de l'évêque* pour une raison bien simple, c'est que les Tourangeaux, n'ayant plus d'évêque, sont allés enlever saint Martin de son abbaye de Ligugé qu'il avait fondée quelques années auparavant. Ce chemin est historique puisqu'il démarre de Poitiers, qui était la ville de saint Hilaire le formateur, et Ligugé, ville historique évidemment, avec la première abbaye d'Occident. Et puis, quand on entre dans le département d'Indre-et-Loire au niveau de Tournon-Saint-Pierre, Tournon-Saint-Martin. Tournon-Saint-Pierre est la commune où saint Martin a fondé l'une des six premières églises rurales. C'est évidemment encore une commune historique. Quand on se rapproche de Tours, vous avez une

commune qui s'appelle Cormery. L'abbaye de Cormery dépendait de l'abbaye de saint Martin. Et puis ensuite on arrive à Tours. Du coup, notre Chemin fait 230 kilomètres. Ce n'est pas le plus direct, pas la voie romaine, mais il n'y en a plus beaucoup on va dire aujourd'hui. Le Chemin va également traverser des communes qui ont du patrimoine martinien, et des communes qui portent le nom de saint Martin. Par exemple La-Chapelle-Blanche-Saint-Martin, sur ce parcours.

Deuxième parcours, c'est le *Chemin de Trêves*. Je vous ai dit que saint Martin est allé trois fois rencontrer les empereurs à Trêves, donc on a fait un parcours qui, à l'époque, faisait Vendôme-Amboise-Tours. Et le dernier Chemin, c'est le Chemin Chinon-Candès-Langeais-Tours, qui s'appelle le *Chemin de l'été de la saint-Martin*. Il est mort à Candès-Saint-Martin un 8 novembre. On remonte par les bords de Loire, entre le 8 et le 11 novembre, le jour de son enterrement, le corps de saint Martin. Les bords de Loire reflorissent alors et c'est ce qu'on appelle l'été de la saint Martin. Le renouveau du beau temps au moment de l'entrée dans l'hiver. L'inverse des saints de glace. Voilà trois premiers parcours financés par le département d'Indre-et-Loire. Et puis ensuite on a donné à ces parcours leur dimension nationale et européenne. Le *Chemin de Trêves* est identifié aujourd'hui jusqu'à Trêves en Allemagne.

On a un autre parcours à partir de Paris, le *Chemin d'Utrecht*. On a parlé tout à l'heure des Pays-Bas, saint Martin n'y est jamais allé, ni d'ailleurs en Belgique, on peut imaginer qu'il ait pu passer du côté de Tournai mais pas plus loin. Par contre, nos Chemins prennent en compte les lieux historiques de saint Martin, mais également le culte de saint Martin. Ce qui nous permet évidemment de pouvoir développer des relations avec les autres pays. Par exemple, quand vous êtes aux Pays-Bas, vous avez deux cathédrales Saint-Martin, l'une à Utrecht et l'autre à Groningue, tout au Nord du pays. Un Chemin en direction des Pays-Bas, un Chemin vers Saragosse. On pense qu'il aurait pu aller au Concile de Saragosse. Et puis le dernier Chemin, ou tout au moins le premier et le plus important, c'est le *Chemin de Sabaria* qui relie la ville natale de saint Martin en Hongrie à la ville de Tours et qui couvre 2 500 kilomètres.

Notre Itinéraire a été labellisé en 2005 par le Conseil de l'Europe, Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe. Un Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe, c'est un outil de développement imaginé il y a une trentaine d'années. L'Itinéraire le plus connu, qui, évidemment va vous donner tout de suite l'exemple des grands Itinéraires du Conseil de l'Europe, c'est celui de Saint-Jacques-de-Compostelle. En fait, le Conseil de l'Europe s'était dit, il y a trente ans, que l'on pourrait fédérer les Européens autour d'un patrimoine commun et ils ont pris les voies de pèlerinage, les voies qui convergent en direction de Saint-Jacques-de-Compostelle. On voit effectivement, par la revalorisation du patrimoine le long du Chemin, le succès aujourd'hui de la fréquentation de ce Chemin qui a pu faire redécouvrir toutes ces grandes voies européennes. Aujourd'hui, il y en a trente-trois qui ont été labellisés. Saint-Martin est le treizième en 2005. Les itinéraires sont labellisés sur des thèmes. Saint-Jacques-de-Compostelle, ce sont les voies de pèlerinage. Vous avez par exemple aussi la Via Francigena, entre Canterbury et Rome. Nous, on aurait pu être voie de pèlerinage puisque Tours était la troisième ville de pèlerinage après Rome et Jérusalem. On allait au tombeau de saint Martin, et c'est d'ailleurs les Chemins de Tours qui ont permis de réaliser les Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle. Il faut juste raconter l'histoire dans le bon sens.

Nous en fait, on a décidé dès le départ de déposer un dossier auprès du Conseil de l'Europe sur le thème de *Personnages européens*. La Route Mozart, par exemple, sur le thème *Personnages européens* a été labellisé par le Conseil de l'Europe. Donc saint Martin, personnage européen, c'est en lien avec ce que je vous ai dit tout à l'heure sur son parcours historique. Le Conseil de

l'Europe nous demande également, et ça c'est important pour déposer un dossier, d'attacher en fait à votre itinéraire culturel **une valeur**. Pour saint Martin, c'était assez évident, c'est la valeur du partage qui a été rattachée à notre Itinéraire. Saint Jacques est sur l'hospitalité par exemple. Au départ c'était le Centre culturel Saint-Martin-de-Tours qui avait la certification du Conseil de l'Europe. Il nous a demandé ensuite de créer une structure, une association qui permette d'alterner les présidences avec les différents pays qui participent. Du coup, on a créé une association française qui s'appelle Réseau européen et la présidence tourne chaque année dans un pays qui a un Centre culturel Saint-Martin-de-Tours.

Nous avons donc développé en 2012 ce fameux réseau européen avec plusieurs pays et cette fameuse présidence tournante. En 2014 c'était la Croatie, cette année 2018 c'était les Pays-Bas, et l'année prochaine c'est la Région Corse qui prend la présidence. La responsabilité pour le Centre culturel qui prend la présidence, c'est d'organiser l'assemblée générale annuelle, comme un peu chez vous. Et puis d'organiser un colloque international sur le thème de saint Martin. Voilà les deux principales actions qui sont demandées au sein de la structure porteuse de la présidence. Ce qui est intéressant au niveau de notre réseau, c'est qu'en fait nous n'avons pas un fonctionnement vertical, mais horizontal. C'est-à-dire qu'on propose à chaque structure, Centre culturel en Europe, de s'associer au sein de notre réseau en apportant le budget qu'ils peuvent mais en restant indépendants avec leur budget propre, leurs actions propres. C'est l'addition de leurs budgets, de leurs initiatives qui forme le bilan de notre association. Ce qui est d'ailleurs très intéressant, parce que cela permet à des pays, des Centres culturels qui n'ont pas beaucoup de moyens, de porter des actions avec le peu de financement qu'ils peuvent avoir, mais compensé par d'autres Centres culturels qui ont plus de moyens, et l'ensemble donne un programme intéressant aux yeux de l'Europe.

Aujourd'hui, il y a 14 Centres culturels Saint-Martin-de-Tours et je dois remercier le Ministère de la Culture de nous avoir aidés à développer le projet. Le rôle du réseau, c'est de développer le fameux Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe, c'est d'ouvrir également les Chemins Saint-Martin et de faire l'inventaire du patrimoine qui lui est dédié au niveau de son propre pays, de sa propre région. Evidemment, quand vous êtes par exemple en Italie, nous n'avons pas un Centre culturel « Italie », mais des Centres culturels par rapport à des régions, parce que les régions sont indépendantes en Italie, donc du coup c'est compliqué de travailler avec une seule structure. De ce fait, on a trois Centres culturels sur l'Italie. On risque d'avoir la même chose sur l'Allemagne et dans d'autres pays. Par contre en Autriche et aux Pays-Bas, c'est un seul Centre culturel. Quand on voit la carte, ce ne sont pas des Chemins balisés partout en Europe, car ça représente 5 000 kilomètres. On imagine qu'en une dizaine d'années on n'a pas pu faire tout ça. Par contre, on a commencé à géo-localiser tous ces parcours. On a travaillé en priorité sur le chemin historique qui relie Sabaria en Hongrie, la ville natale de saint Martin, à Tours et qui compte déjà 2 500 kilomètres. C'est un travail qui se fait au fur et à mesure avec les Centres culturels Saint-Martin dans les différents pays.

Cette fameuse première grande route s'appelle la Via Sancti Martini, elle fait 150 kilomètres en Hongrie, 550 en Slovénie, 800 en Italie et 1 000 en France. Evidemment, ce parcours va traverser trois fois les Alpes. Campo San Martin, c'est à Venise. Vous avez Pavie, vous avez le centre culturel italien à Pavie. Vous avez la voie romaine quand on est dans la vallée d'Aoste. Pour traverser les Alpes, vous pouvez vous retrouver en raquettes sur le Chemin de Saint-Martin, et ce qui est intéressant, c'est le Pas de Saint-Martin qui est l'emblème. Vous savez que pour Saint-Jacques, c'est la coquille, pour nous c'est le Pas de Saint-Martin qui est devenu l'emblème. En fait, c'est une demande du Conseil de l'Europe de faire de la création contemporaine, et donc nous avons imaginé, pour relier tous nos Centres culturels et notre

patrimoine dédié à saint Martin, de faire de la création contemporaine autour d'une œuvre qui est le Pas de Saint-Martin.

Alors ce parcours, évidemment, sur le même principe que les chemins au niveau local, va traverser des villes historiques. Dans les villes historiques, on va passer par des voies romaines à proximité de ces fameuses villes. On va traverser évidemment des villes qui sont classées au Patrimoine mondial de l'UNESCO, classées Tourisme et handicap, les plus jolis Villages de France également. En fait on essaie de valoriser tout le long du parcours tout le potentiel culturel du fameux Chemin. On traverse évidemment aussi des Parcs naturels régionaux. Il y a de plus en plus de marcheurs. En fait, c'est Saint-Jacques-de-Compostelle qui a montré l'exemple, les gens se sont rendus compte qu'ils avaient des jambes et qu'ils pouvaient marcher. Et qu'ils pouvaient marcher plus de mille kilomètres et traverser plusieurs pays. Aujourd'hui on a basculé sur cette logique de très grands parcours, ce qui nous pose d'ailleurs un problème, celui d'harmoniser le balisage. Vous avez donc tout type de personnes qui peuvent prendre le parcours, à pied, à vélo.

Voilà le rôle de notre réseau, c'est d'essayer d'harmoniser le balisage et les documents, c'est demandé par le Conseil de l'Europe. C'est-à-dire que si vous imaginez un jour monter un Itinéraire, il faut essayer de donner quelque chose qui soit uniforme au niveau de votre propre réseau dans les outils de communication et tous les aspects de signalétique visuelle. Ça aussi c'est demandé par le Conseil de l'Europe et tout à l'heure Sophie a demandé à récupérer les petits badges, au niveau environnemental, c'est-à-dire ne pas jeter systématiquement. Le Conseil de l'Europe demande aussi à ce que l'on travaille les notions de développement durable. Et donc nous, on a travaillé le long du Chemin de Saint-Martin, vous avez un parcours qui fait 2 500 kilomètres, qui est géo-localisé. On ne s'est pas arrêté uniquement à la géo-localisation dans la longueur, on a voulu aussi la largeur sur dix kilomètres à droite et dix à gauche. Dans cette bande, on va géo-localiser des projets exemplaires en matière de développement durable. Les marcheurs ne vont évidemment pas aller à droite et à gauche pour voir chaque projet exemplaire, mais par une application numérique on a la possibilité, au fur et à mesure, de voir quelques projets en marchant. C'est très intéressant parce que les gens redécouvrent par la marche le fait de colporter des nouvelles, des informations au long de leur voyage. Vous avez toujours des pèlerins, des marcheurs qui vont relater leur parcours et qui vont dire : « *Tiens, c'était très intéressant, on est passé par tel département, ils ont lancé telle initiative* », et du coup cela donne des idées aux autres. Et voilà aussi ce que demande le Conseil de l'Europe. C'est d'essayer de valoriser votre parcours avec la notion de développement durable, nous on a appelé cela : la Bande verte et citoyenne.

Nous avons aussi développé une application smartphone. Ça, c'est très pratique. Si vous souhaitez créer un Itinéraire, c'est vrai que par la géo-localisation de vos différents monuments vous pouvez déjà donner la réalité d'un Chemin et on peut récupérer des informations en allant sur les petits pictogrammes qui indiquent vos sites. Nous, on a classé en hébergement, patrimoine et biodiversité. Et puis, ça aussi c'est demandé par le Conseil de l'Europe : animer votre parcours. Il ne suffit pas de faire juste un Itinéraire culturel, il faut évidemment le développer, le faire vivre par des colloques et des initiatives culturelles.

Pour le Centre culturel Saint-Martin et les autres Centres culturels, on a toute une tradition en patrimoine immatériel des Fêtes de la Saint-Martin. On a organisé par exemple, au mois de juillet, un grand rassemblement de toutes les Fêtes de la Saint-Martin pour montrer la diversité culturelle en fêtes. Là encore, cela peut être imaginé sous une autre forme pour les Maisons d'écrivain. On a une fête qui nous unit tous, au niveau européen, c'est l'Eté de la Saint-Martin,

le 11 novembre, puisque dans toute l'Europe on fête la Saint-Martin. On l'a sous des formes qui sont totalement différentes en fonction des pays.

Tout à l'heure, je vous parlais de la valeur. Nous, on a travaillé aussi sur la valeur actualisée. Saint Martin a coupé son manteau en deux et a donné la moitié qui lui appartenait à un pauvre. Ça s'appelle la Charité de saint Martin. Au XXI^e siècle, on voit bien qu'il va falloir partager l'eau, l'air, les ressources naturelles, et que si l'on ne partage pas, on risque d'aller vers de graves problèmes. Nous on a appelé ça le Partage citoyen. Ce n'est peut-être pas très joli comme mot, mais c'est le partage du citoyen du monde. C'est-à-dire le fait que les marcheurs qui vont sur les Chemins de Saint-Martin, partent avec la conscience qu'il faut partager les biens essentiels de l'humanité pour que l'on arrive effectivement à avancer. Du coup, on a illustré notre fameux partage en remettant tous les ans un Prix à des projets qui sont exemplaires, par exemple vous avez le manteau-duvet. C'est un manteau qui se transforme en duvet, donné aux personnes sans abri. On a trouvé que c'était un exemple assez intéressant, et puis on a aussi des jeunes qui ont monté une ferme en permaculture. Sur un hectare ils ont créé un emploi, uniquement en fait à partir de la permaculture qui est le développement d'une agriculture saine.

L'activité du Centre est multiple et culturelle, c'est-à-dire qu'on peut être sur la création d'un fromage qui s'appelle le Saint-Martin. Il se trouve que sur le Chemin Saint-Martin il y a une laiterie qui utilise le lait de chèvres élevées à 20 kilomètres au maximum autour de la laiterie et qui travaille justement tout ce qui est bio et développement durable, et donc on trouvait que l'image était intéressante. En Hongrie, par exemple, ils ont créé un train Saint-Martin. Il y a le vin de la Saint-Martin, le chrysanthème Saint-Martin... Les Chemins, on peut aussi les pratiquer en courant, ou à cheval...

Avant de terminer, puisqu'on a commémoré le Centenaire de l'Armistice, on était, nous, dans les Ardennes, dans un petit village des derniers affrontements qui s'appelle Dom-le-Mesnil. Ce qu'il faut savoir c'est que, quand nous on commémore l'Armistice, les Allemands fêtent la Saint-Martin. L'idée avec notre *Chemin de Trêves*, c'est justement de créer un lien entre les Français et les Allemands qui soit un parcours très ouvert. Et dans ce village de Dom-le-Mesnil, qui a une église Saint-Martin, on a fait un rassemblement avec des jeunes enfants de onze ans allemands et français, et on les a fait travailler sur le thème du partage en expliquant que l'on ne peut obtenir la paix que par le partage. Ce sont des opérations qui intéressent également le Conseil de l'Europe, dans le cadre de la certification et de l'échange éducatif avec, entre autres, les enfants.

Certains verront aussi que l'on a un petit Chemin en Corse. Il se trouve qu'il y a plus de 170 lieux en Corse qui portent le nom de Saint-Martin. C'est juste pour vous dire que quand on réveille la conscience, on redécouvre notre propre histoire. 170 lieux avec, par exemple, Bastia. A un moment donné, le saint patron de Bastia, c'était saint Martin de Tours. Et tout cela avait été un peu oublié. Un Itinéraire culturel c'est aussi ça, faire redécouvrir notre histoire commune.

Je vous remercie.

Alain Tourneux

Afin de faciliter un peu les choses, si vous avez des questions à poser à M. Selosse qui partira dans 20 minutes, c'est le moment.

Bénédicte Duthion

Rapidement, Bénédicte Duthion, je viens de Normandie et j'ai eu l'occasion de me pencher sur un projet d'Itinéraire culturel européen sur l'Impressionnisme, donc je connais assez bien les critères de l'Institut européen des Itinéraires culturels. Ma question porte, puisque normalement les labels sont réévalués régulièrement, est-ce que cela a été le cas pour vous depuis 2005 ? Vous avez parlé aussi des financements donnés par le Ministère de la Culture, aujourd'hui qu'en est-il de vos ressources ? Merci.

Antoine Selosse

Alors, pour les Itinéraires, c'est une obligation d'être réévalués tous les trois ans. Donc là effectivement, on va être de nouveau certifiés. Et à chaque certification, il y a des éléments qui ressortent et il faut essayer d'apporter des réponses nouvelles et de montrer que l'on développe bien l'Itinéraire.

Pour ce qui est du Ministère de la Culture, je vais vous raconter l'histoire. Parce qu'effectivement, on a été bien aidés dès le départ. Il se trouve que quand j'ai présenté le projet en 2004, mon député d'Indre-et-Loire en fait, m'a dit : « *C'est un très beau projet européen, si je peux vous aider, je le ferai* ». Il est devenu Ministre de la Culture quinze jours après. Donc je suis allé le voir et donc forcément, il m'a aidé. C'était Renaud Donnedieu-de-Vabres. Je dois effectivement le remercier. Il se trouve qu'après qu'il ait terminé son mandat, ça a été de nouveau un autre tourangeau qui a été Ministre, du Tourisme cette fois, Hervé Novelli, qui a posé le premier Pas de Saint-Martin. Du coup, on a eu quand même un beau soutien.

Alain Tourneux

Vous avez suivi le bon chemin !

Nous passons le micro à Christophe Voros. En tous cas, merci M. Selosse pour cet exposé très clair qui ouvre de grandes perspectives.

Antoine Selosse

Je pense que l'on peut vraiment imaginer un Itinéraire culturel pour vous sans aucun problème. Après, effectivement, il faut bien réfléchir à tout ce que vous voulez y mettre en valeur. Mais, je pense que c'est assez légitime et je l'ai déjà entendu dans les échanges auparavant, vous avez toute légitimité à porter un Itinéraire culturel.

Alain Tourneux

Ça, c'est une opération de longue haleine. Merci beaucoup.

Christophe Voros **président de la FFICE**

M. le président, je voulais vous remercier pour votre aimable invitation et remercier également votre équipe pour l'organisation quasi exemplaire, en tous cas extrêmement stricte et efficace, de ces trois jours. Hélas, je n'ai pu assister qu'à une partie des échanges aujourd'hui, je le regrette parce que ce que j'ai entendu tout à l'heure me fait supposer que ce qui a été dit hier, avant-hier, est aussi intéressant et je m'efforcerai peut-être de revenir vous voir. Quoi qu'il en soit, très rapidement, je vais vous donner un certain nombre d'éléments. Si vous souhaitez me poser des questions par la suite, je resterai quelques minutes de plus avec grand plaisir.

Quand on parle aujourd'hui d'Itinéraire culturel européen, on parle un peu de tout et n'importe quoi, puisque les projets des Itinéraires sont très à la mode depuis maintenant une dizaine d'années, pour tout un tas de raisons : politique, territoriale, etc. Mais la question des Itinéraires culturels du Conseil de l'Europe, qui concerne les Itinéraires que nous représentons avec Antoine Selosse, c'est un programme très particulier, mal connu du grand public et des élus également. Il répond à une réglementation, ou plutôt à des règles précises qui disent beaucoup du patrimoine dont on parle. Vous connaissez très bien, ici à Bourges, le patrimoine inscrit sur la liste de l'UNESCO, le Patrimoine mondial, qui est le programme patrimonial le plus connu qui consiste, depuis le début des années 70, à identifier partout dans le monde, pour le conserver, le patrimoine exceptionnel qui a une valeur pour l'humanité.

La démarche du Conseil de l'Europe n'a rien à voir, si l'on prend le contrepoint de celle de l'UNESCO. Le but du Conseil de l'Europe, depuis la fin des années 80, n'est pas de conserver le patrimoine. C'est de s'appuyer sur le patrimoine pour créer une identité européenne. C'est tout à fait dirigé. C'est suite à la sortie de l'expérience du franquisme à la fin des années 70 que le Conseil de l'Europe, qui n'est pas l'Union européenne, a réfléchi à un programme culturel qui lui permette d'arrimer en quelque sorte l'Espagne au continent. Et de le faire rapidement et efficacement. Pour cela le Conseil a regardé dans l'histoire de l'Europe quels étaient les chemins qui traversaient le continent et allaient jusqu'en Espagne. Ils ont décelé un certain nombre de voies, dont les Chemins de Saint-Jacques, et c'est après plusieurs années, dans les années 80-82 pour le début de la réflexion, que le Conseil de l'Europe choisit les Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle, finalement en 1987. Pour ceux d'entre vous qui randonnent, si vous connaissez d'anciens randonneurs, ne parlez pas du Chemin de Saint-Jacques dans les années 70, c'est vraiment une invention politique de la fin des années 80. Il nous apparaît aujourd'hui très naturel, transfrontalier. En réalité c'est un programme politique qui s'assoit sur les considérations patrimoniales et culturelles. C'est extrêmement important d'avoir cela en tête parce que l'ensemble des thématiques qui vont en découler est également dans cette perspective-là. Ça ne leur ôte rien mais ça engage les personnalités ou les structures qui se chargent de valoriser ce patrimoine dans une certaine direction.

Le Conseil de l'Europe, en 1987, met en place son programme des Itinéraires culturels qui s'appuie en fait simplement sur la matrice des Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle. Je n'ai pas de carte, mais vous la connaissez tous, vous l'avez à peu près en tête. En gros, vous imaginez un ensemble de vaisseaux sanguins qui se dirigent vers un mont central, Saint-Jacques-de-Compostelle. Saint-Jacques est un chemin de pèlerinage. Le but est de faire circuler les Européens par-delà les frontières et le Conseil de l'Europe résume son programme en une

phrase, c'est « *faire prendre conscience aux Européens, par le voyage dans l'espace et dans le temps, qu'ils ont la charge d'un patrimoine commun* ». Tout simplement. C'est un grand programme, qui s'inscrit dans la durée et se développe à partir de 87 jusqu'à aujourd'hui parce que, comme l'a dit Antoine tout à l'heure, tous les trois ans la structure qui représente les Chemins de Saint-Jacques redépose un nouveau dossier pour avoir la certification. Ce n'est pas un label touristique, c'est une certification. Le but des Itinéraires culturels n'est pas de faire du tourisme, il y a des actions touristiques qui en découlent bien sûr, mais le but n'est pas d'augmenter la fréquentation touristique. C'est quelque chose qu'il faut avoir en tête et qui est extrêmement important. Le Conseil de l'Europe met en place ce programme avec l'objectif de créer **le sentiment d'identité européenne**. Il va sélectionner un certain nombre de thématiques qui répondent à deux soucis. Le premier, c'est identifier un personnage, un ensemble patrimonial ou un moment de l'histoire qui est partagé par plusieurs pays d'Europe. Le second, c'est que ce patrimoine-là, comme il n'est pas question de protection de patrimoine, de quelles actions est-il l'objet ? Et le Conseil de l'Europe établit cinq critères, cinq domaines d'action, qui doivent être illustrés par le Chemin. Je m'explique.

Ce qui compte pour le Conseil de l'Europe, ce n'est pas de préserver le patrimoine, c'est de le faire vivre et de créer un lien avec la population. Ce lien s'inscrit dans cinq domaines d'action. Le premier, c'est celui de la mémoire européenne. C'est-à-dire que les structures qui sont chargées de faire vivre ces routes doivent engager des actions dans le domaine de la mémoire européenne, c'est sur ça que s'appuie la certification, l'évaluation trisannuelle. Il faut engager des actions qui ne font pas que parler du patrimoine à l'échelle locale ou nationale, mais avant tout à l'échelle européenne. Le second champ d'action, c'est celui du développement et de la recherche scientifique. Etayer la thématique par des actions scientifiques. Pas qu'avec des scientifiques, mais des actions scientifiques en direction du grand public. Le troisième champ d'action, c'est celui des échanges avec les jeunes Européens. Ce patrimoine-là, il faut l'offrir aux jeunes générations. Tout cela doit se manifester par des actions extrêmement concrètes qui ne doivent pas avoir lieu dans un seul endroit de l'Itinéraire, mais doivent concerner plusieurs pays à la fois. Et c'est là toute la difficulté. Vous ne pouvez pas être certifié si vous n'avez pas déjà une collaboration effective qui soit engagée avec plusieurs pays. Le quatrième champ d'action est celui de la pratique contemporaine de la culture et des arts. C'est-à-dire qu'il faut que ce patrimoine-là ne soit pas muséifié, momifié, il faut le faire vivre en y engageant un certain nombre d'actions concernant la culture contemporaine. Enfin, le cinquième champ d'action concerne le tourisme et le développement durable. Il faut ouvrir ce patrimoine et il faut faire du tourisme mais en fonction des quatre champs d'action précédents.

Une précision importante à apporter. La majorité des Itinéraires reconnus par le Conseil de l'Europe ne sont pas des chemins d'itinérance comme vous pourriez le croire, puisque les chemins de pèlerinage en grande majorité sont des réseaux. Moi-même je travaille pour le Réseau des sites clunisiens, des sites qui dépendaient de l'abbaye de Cluny en Bourgogne et on a affaire à une constellation de sites partout en Europe, qui ne sont pas reliés entre eux par des chemins. C'est le cas du Patrimoine juif, de la Voie Mozart, du Patrimoine roman, etc. Tous ces réseaux, qui ne sont pas des chemins, fonctionnent comme des Routes. En fait c'est la traduction de l'anglais. Le réseau doit inviter à l'itinérance à l'intérieur même de son champ d'action. C'est quelque chose qui est tout à fait fondamental.

Je vais faire une présentation très générale et globale de ce programme du Conseil de l'Europe, qui est très à part puisque, vous l'avez compris, il concerne réellement les caractéristiques du territoire européen. C'est un programme que l'on ne retrouve pas en Asie, ni dans le Nord de l'Amérique, puisque les routes qui s'y sont développées répondent à des exigences différentes,

néanmoins on est en train de se rendre compte que les Asiatiques, les Chinois notamment, s'intéressent à ce programme-là parce que, comme il fait identité et que les Chinois sont en train de travailler sur l'identité culturelle de leur patrimoine ancien, ils essaient de s'inspirer de cette méthodologie.

Je termine simplement sur le fait que dans le cadre de la Fédération française que je préside, nous travaillons également avec des Itinéraires qui ne sont pas reconnus par le Conseil de l'Europe, soit qu'ils sont en passe de le devenir, soit qu'ils l'ont été mais ne le souhaitent plus. A partir du moment où ils respectent une Charte des valeurs que nous avons établie et qui est calquée finalement sur celle du Conseil de l'Europe, nous arrivons avec le Ministère de la Culture à travailler depuis plusieurs années avec un ensemble d'Itinéraires qui répondent à peu près aux mêmes critères, qu'ils soient ou non reconnus, certifiés par le Conseil de l'Europe.

Merci pour votre attention.

Alain Tourneux

Merci M. Voros. Y a-t-il des questions directes que vous souhaitez poser à Christophe Voros ?

Bénédicte Duthion

C'est vrai que la question des Itinéraires culturels européens me semble tout à fait intéressante et en lien direct avec le patrimoine littéraire. En fait, parmi les derniers Itinéraires qui ont été certifiés par le Conseil de l'Europe figure la Route Stevenson. Je voulais vous demander plus précisément ce que vous en savez, en particulier sur la partie française ?

Christophe Voros

C'est un Itinéraire avec lequel nous travaillons dans le cadre de la Fédération française, et d'ailleurs si vous allez sur le site Internet de la Fédération Française des Itinéraires Culturels Européens (ffice.eu), vous avez une présentation à la fois des Itinéraires qui composent notre petit groupe de quatorze, mais également des actions que l'on engage. Le Conseil de l'Europe a répondu à une demande de certification de projets qui a été déposée je crois par un consortium ou une association. Il a estimé que cet Itinéraire répondait à tous ses critères. Je n'ai pas d'appréciation particulière à apporter sur le contenu même de l'Itinéraire, ce n'est pas mon rôle. Je ne représente pas d'institution, je représente le groupement des Itinéraires qui travaille avec le Conseil de l'Europe. Si vous voulez connaître la position de la Maison de Stevenson, des Maisons de Stevenson qui travailleraient dans le cadre de cet Itinéraire, je ne peux pas vous le dire à priori comme ça. Il y a un GR pour certaines parties.

Bénédicte Duthion

Ce n'est pas mon domaine mais il se trouve que j'ai marché sur cette route de Stevenson, il y a un GR en effet juste en dessous du Puy-en-Velay jusqu'à Saint-Jean-du-Gard. C'est lié à l'écrivain écossais Stevenson qui a écrit des choses incroyables.

Christophe Voros

Je vous le dis en fait : vous n'avez pas de GR en Ecosse et vous avez des lieux qui participent de cet Itinéraire. En fait c'est un Itinéraire composite, je vous ai dit tout à l'heure qu'il y avait des réseaux de sites ou de chemins, et il y a une troisième catégorie effectivement qui est un réseau mixte Chemins et réseau de sites. C'est le cas de Stevenson. On a pour la partie française des fragments, des morceaux de Chemins et vous avez des lieux en Ecosse, en Belgique aussi je crois... qui participent de cet Itinéraire, qui font partie du consortium européen. Après, je ne peux pas vous dire si dedans il y a une Maison de Stevenson.

Sylvie Pouliquen

Sylvie Pouliquen, responsable de la Maison René Descartes à Descartes. Ces voies européennes, de Mozart ou de Stevenson, font un peu rêver. Pour l'instant, je n'en ai absolument pas les moyens, mais il y aurait vraiment un Itinéraire européen à faire autour de René Descartes qui s'est pas mal déplacé en Europe en passant bien sûr par la Hollande, en allant trouver la mort en Suède et en passant par pas mal de pays où il pourrait effectivement se produire beaucoup de choses autour de lui. On a un grand personnage dont on ne parle pas suffisamment.

Christophe Voros

Tout est possible. Commencez par créer des collaborations concrètes, très concrètes. Ça c'est très français. C'est toujours d'idéologiser les choses et d'essayer de conceptualiser. Il faut être concret avec les Itinéraires et ce qui va être reconnu par le Conseil de l'Europe, c'est ce que vous faites. C'est-à-dire la réelle inter-collaboration que vous aurez su mettre en place avec vos collègues. Il n'est pas besoin dans un premier temps, et même parfois dans un temps un peu plus long, d'avoir beaucoup d'argent. Ce sont vraiment les actions qui comptent plutôt que les budgets, même s'il faut avoir un budget minimal au moins pour la coordination générale. Je vous assure que je travaille avec des Itinéraires, si vous connaissiez l'état de leurs finances, vous n'en reviendriez pas. Ce sont des itinéraires qui fonctionnent avec des gens réellement sur le terrain, qui font vivre la thématique. Et c'est vraiment ça qui compte !

Sylvie Pouliquen

Merci, je pourrai être amenée à demander vos conseils.

Christophe Voros

N'hésitez pas à me contacter pour que, éventuellement, je vous invite à Paris où l'on a des réunions de conseils d'administration, pour que vous rencontriez d'autres Itinéraires et que vous compreniez comment ils fonctionnent.

Sarah Froidurot

Bonjour, Sarah Froidurot, pour l'association Maison Breton, l'association La Rose impossible à Saint-Cirq-Lapopie. J'avais une question au niveau des collaborateurs. Combien de collaborateurs cela concerne-t-il au minimum, s'ils doivent être sur toute l'Europe et sur certains lieux en France ? Dans notre cas, on est dans le Réseau des *Citoyens du Monde*, un mouvement qui a été inauguré il y a soixante-dix ans. C'est sur ce sujet que portait ma question. On a déjà des collaborations actives, plutôt en Amérique latine, à Paris, dans différents endroits en Europe, mais pour le coup, pour un réseau qui s'étend, est-ce que cela entre en ligne de compte ?

Christophe Voros

Vous avez autant de situations qu'il y a d'Itinéraires. Chacun doit trouver sa formule. Vous avez Antoine tout à l'heure qui vous a présenté Saint-Martin avec différents Centres par pays. Généralement par zone linguistique, c'est préférable.

Moi, pour le réseau des Sites clunisiens, c'est une association loi de 1901. C'est assez centralisé parce que l'histoire de Cluny est elle-même très centralisée. Il y avait l'abbaye et toutes ses succursales. On a conservé cette habitude-là dans notre travail, ce qui ne nous empêche pas de travailler avec des pôles par zone linguistique en Europe. On a un pôle en Espagne, un en Italie, un en Angleterre, et on travaille – je parle de ce que je connais bien – avec une petite équipe de 3 salariés et une grande équipe de bénévoles répartie sur l'ensemble du réseau. Cela veut dire qu'il faut, pour les grands projets structurants que vous mettez en place, toujours conserver cet équilibre-là et ne pas privilégier l'international au profit du local. C'est un équilibre. C'est vous qui connaissez votre Itinéraire qui saurez trouver la juste formule. Il n'y a pas de formule miracle et c'est ça qui est difficile, mais vous pouvez vous inspirer de bonnes choses qui se font dans certains Itinéraires.

SYNTHESE DES TRAVAUX

Alain Tourneux
Président de la Fédération

Alain Tourneux

Il me reste à vous remercier, Christophe Voros et Antoine Selosse, et j'aurais dû penser hier à remercier Alain Lecomte qui a fait en sorte de nous mettre en relation.

Et puisque nous en sommes aux remerciements, je voudrais remercier le Comité qui s'était mis en place pour organiser ces Rencontres de Bourges : Mireille Naturel, Yves Pezilla, Bernard Sinoquet, François-Xavier Lavenne, Jean-Claude Ragot, David Labreure et François Lenell pour le Ministère. Pendant deux ans nous avons construit ensemble progressivement ces Rencontres qui se concluent demain à Nohant.

Il s'agit maintenant de tirer une conclusion, ou au moins quelques enseignements, de ces Rencontres. Elles ont été très riches, me semble-t-il, et vos témoignages iront peut-être dans ce sens. Cela est dû, et je tiens à les remercier, à nos amis qui sont venus, de Belgique, d'Allemagne, de Catalogne... Hongrie, Roumanie, et puis bien sûr Portugal qui vient de nous dire au revoir parce qu'il devait reprendre son train. Et puis l'Italie, et nos amis russes que l'on retrouvera demain, à Nohant, pour ce jumelage.

La richesse de ces contacts nous apportera certainement beaucoup. Je voulais rappeler qu'en 2002 - certains d'entre vous étaient présents - nos premières Rencontres consacrées à l'Europe avaient déjà esquissé ce que pourrait être une forme de coopération. On n'avait pas évoqué un réseau à l'époque, mais on cherchait déjà à trouver le moyen de travailler ensemble. Aujourd'hui on constate que vous avez tous travaillé de votre côté, nous-mêmes nous avons tenté de le faire. Mais, en dehors du fait que nous nous soyons rencontrés à nouveau aujourd'hui et que nous ayons gardé le contact, il n'y a pas eu véritablement d'opérations mises en place. C'est plutôt entre Catalogne et Aquitaine, devenue Nouvelle Aquitaine depuis, qu'un projet a été évoqué autour de l'Arc méditerranéen. Vous vous êtes rencontrés. Le contact n'a jamais été perdu. C'est quelque chose qui mérite d'être souligné. Toutefois aujourd'hui, le constat que nous dressons c'est qu'il reste encore beaucoup à faire pour pouvoir entrer dans une dynamique avec plusieurs pays impliqués qui nous permettrait de déposer un dossier auprès de l'Europe.

Les exemples que vous avez cités, MM. Selosse et Voros, ce sont des Chemins anciens qu'il fallait juste retrouver. Tout à l'heure on l'a vu avec les exemples des routes romaines. Là, il y a un tracé qui existe. Et puis il y a l'appel à la marche, il y a ce mouvement. Tandis que nous, nous avons quelque chose à créer de toutes pièces. Dans notre relation, il faut que nous réussissions à trouver un thème fédérateur. Là, nos quarante huit heures ont été pleines d'enseignement. Je dirai qu'entre les cercles, les carrés, les triangles, il y a forcément une articulation à trouver, puisque, on nous a dit ce matin, il faut être au minimum trois pays pour pouvoir présenter un projet européen, qui serait pour nous un peu différent du tracé d'un cheminement.

Nous nous trouvons donc au début de ce chemin. Nous avons ouvert quelques perspectives. Aujourd'hui, devant la richesse de ce qui a été communiqué pendant ces quelques jours, grâce à vous tous, grâce à vous toutes, il y a nécessité de prendre un petit peu de recul. De votre côté vous avez certainement envie d'intervenir pendant le quart d'heure qui nous reste, pour dire sur quel thème vous pensez que nous pourrions lancer des pistes fédératives. Je sais bien que, lorsque nous nous réunissions il y a deux ans, nous avions l'espoir de signer une Convention à la fin de ces Rencontres, ou au moins un premier acte constituant le début de quelque chose. Nous voyons bien que c'est difficile parce qu'il y a des mots qui sont revenus au fil des débats. Le mot « jumelage » par exemple. Le jumelage est une étape mais, on nous l'a bien dit ce matin, c'est au-delà que nous devons aller. C'est le relationnel qui doit compter et ce relationnel, je pense que s'il y a une conclusion que l'on pourrait tirer aujourd'hui à la fin de notre colloque, c'est qu'il existe. On l'a constaté avec vous toutes et tous dans ce climat d'amitié et c'est quelque chose que nous devons faire durer ensemble.

Si vous avez des idées, des questions, c'est le moment de nous les dire. Sur les thèmes, par exemple, nous pourrions dire : « nous allons réunir les Maisons du XIX^e siècle, nous allons réunir les Romantiques, nous allons réunir tel et tel auteur parce que l'un a été le traducteur de l'autre... ». Il y a certainement des idées plus porteuses. C'est cela qu'on aimerait entendre maintenant, sachant que de toute façon il s'agit bien de faire tomber les frontières. Nous pouvons aussi espérer que les réseaux régionaux au sein de notre Fédération puissent aller dans ce sens. Là, il s'agit plus exactement de faire tomber nos propres anciennes frontières.

Béatrice Labat

Béatrice Labat, musée Rostand. J'ai le sentiment, pour ma part, qu'à l'écoute notamment des toutes dernières remarques sur les réseaux qui pouvaient naître spontanément, qu'on parlait d'un Réseau autour de Descartes. Des réseaux en fait qui, par pragmatisme, sont faisables. On se dit : « Ayons un devoir de réalisme. On connaît quelques musées et, entre nous, on commence à tisser cette toile ».

Mais moi j'ai envie d'être utopique, comme disait Bernard, et j'aimerais que l'on raisonne vraiment en *Fédération de Maisons d'écrivain*, quelles que soient nos thématiques, quelles que soient nos époques. C'est ça, pour ma part, qui peut me ré-enchanter dans cette direction-là. Après, le comment, je ne sais pas. Moi, mon ambition n'est pas que nous soyons avec Mihail Codreanu en tête-à-tête. C'est d'élargir ces collaborations, ces coopérations avec l'ensemble des collègues qui sont ici.

Jean-Claude Ragot

Je vais dire la même chose que toi, Béatrice, mais autrement. On a écouté le débat pendant deux jours. Je pense qu'il y a deux niveaux d'ouverture pour notre part. Il y a le niveau de nos Maisons et il y a le niveau de la Fédération.

Le niveau des Maisons, il me semble que nous sommes partis, ça y est. Un certain nombre d'entre nous a des rapports bilatéraux avec tel ou tel. Je crois que les initiatives autour de certaines thématiques viendront de ceux qui voudront les porter. Si un réseau des gens qui s'intéressent à Descartes, ou sur des thématiques du genre Romantisme et compagnie, doit se former, il sera porté par ceux qui, dans les Maisons, sont les plus concernés et qui avanceront de cette façon-là. Je pense que ces initiatives individuelles ou de petits groupes sont en route. Béatrice, toi-même, tu le dis : « Je suis en face à face avec le Festival de Roumanie ». C'est très bien, c'est un point de départ formidable. Ça peut donner lieu à de nouveaux développements avec un troisième partenaire, etc. Il semble que, de ce côté-là, la situation soit beaucoup plus

avancée que ce que l'on pouvait imaginer, c'est-à-dire que les relations internationales de nos Maisons existent peut-être plus que ce que l'on pensait et, en tous cas, sont en train de se développer et peuvent continuer à se développer. Notamment à partir des amitiés, des relations des personnes que nous fréquentons depuis longtemps. Comme tu le disais, Bernard Lauer était là déjà en 2002, donc on finit par se connaître et à force de se fréquenter, on doit pouvoir arriver à travailler ensemble.

Par contre la deuxième partie de la question que posait Béatrice, c'est celle de la Fédération et de la structuration avec nos collègues voisins. La Fédération française avec quels interlocuteurs ? Avec l'association portugaise des Casas-Museos ? Avec Espais Escrits donc les Maisons catalanes ? Quels autres ? Avec l'Italie, c'est difficile, ils ne sont pas véritablement structurés au niveau national, donc avec quels partenaires ? Avec l'Allemagne, c'est un peu compliqué aussi, ce sont plutôt les Länder, alors avec quels partenaires ? Notre difficulté est de trouver un niveau de proximité avec nos voisins européens immédiats, une structuration institutionnelle. Ce n'est pas la même chose que des relations entre nos Maisons.

Et puis il y a une articulation entre le niveau européen et le niveau international. L'ICOM est présent ici avec sa branche ICLCM et nous, nous en sommes trop absents. Peut-être qu'au-delà de la Fédération elle-même, il faudrait qu'un certain nombre d'autres Maisons d'écrivain françaises qui le souhaitent adhèrent à l'ICOM, de façon à participer aux réunions annuelles d'ICOM France, ou aux réunions annuelles de l'ICLCM, si ce n'est pas trop loin, si ce n'est pas trop coûteux, pour que les Français soient aussi présents.

L'ICOM France est largement dominée par les conservateurs de musées et les Maisons n'y sont pas suffisamment présentes. La Fédération des Ecomusées a réussi à s'y faire représenter en tant que personne morale de droit. Du coup les Ecomusées participent, ils créent leur propre catégorie pour reprendre ce que disait Madame tout à l'heure. Les Maisons d'écrivain doivent aussi exister au niveau institutionnel si elles veulent être reconnues, si l'on veut renforcer cette marque identitaire. Peut-être faut-il qu'individuellement nous adhérons en plus grand nombre à l'ICOM et que nous participions plus aux travaux de l'ICLCM, comme cela nous aurions le plaisir de rencontrer plus souvent Madame Alekseeva.

Mais par contre, la difficulté c'est comment se structurer au niveau institutionnel entre Fédérations voisines ? Et notamment au niveau européen. Là, je ne vois pas venir la solution parce que tous les pays ne sont pas forcément organisés sur le plan national, comme l'ont dit nos amis. C'est peut-être là qu'il faut que l'on travaille un peu plus.

Donc, d'un côté une évolution, que je trouve très positive, des relations internationales de nos Maisons et qui peuvent se développer à partir des envies de chacun, portées ou poussées par la Fédération et ses organismes régionaux. En même temps ça viendra plutôt de chacun d'entre nous que de la Fédération elle-même. A un autre niveau, comment structurer notre travail entre institutions nationales européennes ? Ce n'est pas facile.

Geneviève Tricottet

Geneviève Tricottet, Réseau des Hauts-de-France. J'ai entendu les remarques des uns et des autres et notamment celle de Béatrice Labat, et je pense que la notion de réseau doit être cultivée et développée. Je crois que le rôle de la Fédération serait précisément ce que disait Jean-Claude Ragot il y a quelques instants, de nouer des contacts. Evidemment cela ne pourra pas être fait avec tous les groupes, évidemment tous les pays ne sont pas organisés de la même manière et il n'y a pas les mêmes possibilités partout, mais essayer de nouer le maximum de contacts et ensuite proposer aux adhérents de la Fédération ces contacts, dire les possibilités qui s'ouvrent d'un côté ou d'un autre. Et comme cela mettre en place un réseau de contacts, un réseau d'échanges, de jumelages possibles des uns avec les autres.

Alain Tourneux

Il faut encore un petit peu de temps pour que les choses mûrissent, vous vous en rendez bien compte, mais la dynamique que vous représentez au niveau des réseaux, la force d'écoute de nos différentes maisons et associations adhérentes, la force de représentation au travers des réseaux, est importante et vous insistez bien, l'un et l'autre, sur l'importance de cette direction que la Fédération a impulsée, je le rappelais hier soir, depuis 10 ans, sachant que les réseaux sont une force vive au sein de notre Fédération. C'est bien à ce niveau-là que nous pourrions rencontrer ces forces, parce qu'il faut les identifier au sein de nos maisons. Ce ne sont pas des choses que nous pouvons décider sans approfondissement, sans une véritable concertation. C'est cette dynamique-là qui se mettra alors en place.

Y a-t-il d'autres prises de parole ?

Carme Torrents

Pour la Catalogne, Espais Escrits. Après avoir écouté les expériences européennes, je crois que le sujet que l'on peut travailler ensemble, c'est de voir les écrivains comme des artistes qui regardent ce qui les entoure et font une présentation de ce qui est singulier dans le monde. Nous sommes dans une même Europe, sans frontières idéologiques, sans frontières de langues, sans frontières réelles parce que l'on n'a plus besoin de passeport aujourd'hui en Europe, et nous avons des valeurs communes et c'est ça, je crois, qu'on doit travailler.

On ne peut pas parler d'un écrivain sans évoquer les influences des écrivains voisins, et c'est là qu'on voit une autre mentalité, on voit des langues et des pays, on doit voir une histoire commune et on doit dépasser cette ancienne façon de penser, je ne sais pas comment l'exprimer. Ça peut nous faire beaucoup avancer de voir les écrivains comme des créateurs. Merci.

Sarah Froidurot

Moi je voudrais appuyer ce qu'a dit notre collègue et aussi ajouter qu'à partir de pragmatisme et d'utopisme, depuis le surréalisme on parle d'union du rêve et de la réalité. Par rapport à cette Fédération des Maisons d'écrivain, nous venons pour la première fois à ces Rencontres depuis notre adhésion récente de la Maison Breton. Moi, je reviens de cinq ans d'une forte expérience en Amérique latine, en Argentine, autour de la coopération culturelle, où la force de l'autogestion de la culture m'a amenée face à des moyens concrets qui sont créés en termes de réseau et de mutualisation d'efforts autour des valeurs de la coopération. J'ai été particulièrement sensible à l'exposition du projet d'Antoine Selosse quand il parlait de cette structure horizontale qui permettait au sein d'une même enseigne d'aider des projets avec peu de financements autour de structures qui en ont plus. Je pense qu'au niveau de l'Europe, on est réellement dans cette configuration avec des pays qui ont beaucoup moins de ressources que d'autres. C'est ce qui nous permettrait de pouvoir créer une coopération plus solide au niveau d'un réseau. Ce serait pour la partie réalité, mutualiser réellement les efforts et les mettre en place autour de contacts fréquents et actifs.

Et puis pour la partie du rêve, avec ce mouvement des Citoyens du Monde qui fête dans deux jours ses soixante-dix ans à Paris. On répond à cet appel depuis la Maison Breton pour la réouverture d'une Route sans frontières, puisque cette Route avait été inaugurée par Gary Davis, qui avait répondu à l'époque à la création d'une Route mondiale sans frontières. Nous invitons dès aujourd'hui à une manifestation les 8 et 9 décembre que nous allons faire dans le cadre des Patrimoines culturels européens, *Quand notre passé rencontre l'avenir*, pour la réouverture, comme disait Breton, d'une *Route de l'espoir* ou *des Origines*, pour nous retrouver sur des valeurs communes, humaines qui dépassent toutes les frontières en dehors de l'espace et du temps. Merci.

Carme Torrents

Encore une fois, je voudrais remercier la Fédération française de nous avoir invités, ici à Bourges. C'est un très bon exemple, je pense, pour montrer que nous ne nous connaissons pas bien et que peut-être la Fédération française maintenant lance un projet pour nous faire connaître... J'ai montré un exemple dans mon discours quand nous avons choisi une fois avec l'aide de l'Union européenne de faire connaître les caractères littéraires de plusieurs pays. Nous avons invité des jeunes de tous les pays, des jeunes historiens de la littérature et ça fait connaître la littérature d'un pays à l'autre. Je pense que les Rencontres comme cela aident beaucoup pour nous tous, de l'Est, de l'Ouest et de toute part.

Alain Tourneux

Merci. Au cours de ces deux journées, il y a eu beaucoup de points positifs soulevés, d'interventions extrêmement argumentées, venues de l'extérieur, et ça c'est très enrichissant pour nous. Je pense en particulier à l'intervention de Jacques de Decker hier soir qui nous a donné un bon coup de fouet, et puis vos interventions successives à toutes et tous, je vous en remercie beaucoup. Cela montre que ce dynamisme, nous le trouverons avec vous. Il est difficile aujourd'hui de tirer une véritable conclusion si ce n'est qu'il y a un très grand enrichissement, je l'indiquais déjà tout à l'heure, grâce à nos débats.

Avant de conclure, je vois encore des mains qui se lèvent.

Carme Torrents

Avant de terminer, s'il vous plaît, je souhaitais remercier la Fédération d'avoir offert la possibilité de la participation de mes collègues de la Catalogne, et d'avoir mis sur la table le projet d'un possible réseau. Je crois que ce serait intéressant d'analyser combien d'écrivains de l'Europe ont écrit sur l'Europe, ont réfléchi sur l'Europe, et de mettre en contact les différentes Maisons, Fondations ou Lieux de mémoire, de ces écrivains.

Alain Tourneux

Excellente idée. Merci.

De mon côté, je voulais remercier Madame Galina Alekseeva qui nous a fait un exposé complet hier sur l'ICLCM. Il est vrai que là nous avons vraiment vu ce qu'était ce réseau international, qu'il faudrait aller enrichir de nos présences comme l'indiquait Jean-Claude Ragot. Ce réseau institutionnel existe de longue date mais nous n'avons pas été assez présents, j'en conviens. Vous recevez, pour certains d'entre vous, les revues de l'ICOM et nous avons effectivement tout à fait intérêt à nous rapprocher de ces structures. Madame Alekseeva, je vous remercie beaucoup d'être venue ici à Bourges pour ces Rencontres. Merci.

Roland Beucler

Juste une dernière chose. Les mots quand même ont une certaine puissance et est-ce que cela ne serait pas le moment de se poser la question du nom de notre Fédération qui continue à s'appeler « nationale » alors qu'elle commence à devenir européenne ?

Alain Tourneux

Au départ la Fédération n'était pas nationale, elle l'est devenue au bout de quelques années avec la création de réseaux régionaux. C'est quelque chose que nous devrions étudier. De là à dire

Association internationale, Fédération internationale, ou européenne... Nous n'avons pas encore suffisamment creusé la question pour répondre.
Sur ce, avez-vous d'autres questions ?

Christophe Voros

Si je peux me permettre très brièvement, parce que c'est vraiment passionnant tous ces échanges : ça me fait penser en fait à la floraison de nouveaux Itinéraires auxquels j'ai déjà assisté. Il suffit de changer les statuts pour passer de « national » à « européen ». C'est en tout cas ce que l'on a fait, nous, pour mon réseau, il y a une dizaine d'années.

La deuxième chose : un Itinéraire est en cours de formation, un Itinéraire culturel, axé sur les grandes figures de pédagogues européens. Les pédagogues, ce n'est pas connu du tout. Un jour je leur demandais : « Mais quel est le socle commun de tous ces pédagogues très différents ? », comme vos écrivains finalement. Ils sont tous très différents dans leur imaginaire et leur monde, leur littérature, leur vision du monde est différente. Du coup, ce sont beaucoup d'universitaires qui se sont interrogés. Ils se sont dit : « Tiens, c'est marrant, les grands mouvements de pédagogie européenne sont nés à la fin de l'Ancien Régime, ils sont concomitants à la Révolution. Ils portent avec eux une valeur de Paix ». Ils sont en train de travailler là-dessus. Ils se rendent compte que tout ce qui est commun aux pédagogues, c'est la paix.

Peut-être que si vous réfléchissiez sur la vision du monde que portent vos écrivains, vis-à-vis de l'Europe ou pas, je n'en sais rien, vous pourriez avoir des thématiques qui soient structurantes, et je termine par ça, pour des projets européens qui peuvent très bien être dissociés de votre Fédération européenne. C'est-à-dire que vous pouvez très bien envisager des actions qui ne concernent pas toujours tout le monde. Il peut y avoir des thématiques, cartésiennes par exemple, qui ne concernent que certains d'entre vous mais pour lesquelles votre Fédération pourrait être coordinatrice ou porteuse dans le cas d'un projet cofinancé par des fonds européens.

Il faut vraiment ne pas s'inscrire dans des ornières desquelles on ne peut ressortir, en disant : « On n'est pas comme ci, on n'est pas comme ça ». Réfléchissez à tout ce genre de choses et je suis certain qu'il va y avoir des idées qui vont émerger très rapidement. Il y a des programmes très simples à mettre en place, comme Erasmus Plus. Erasmus est le programme pour les jeunes et Erasmus Plus pour les plus âgés. C'est pour favoriser les échanges entre adultes. Nous, on a obtenu pour la FFICE 170 000 euros pour travailler pendant dix-huit mois sur une thématique commune. Vous pouvez très bien mettre ça en place sans que cela ne concerne obligatoirement tout le monde. Ça, ça profitera toujours à l'ensemble si votre Fédération cautionne en quelque sorte et suit la bonne mise en place.

Alain Tourneux

Merci. Vous avez apporté un mot très juste pour la conclusion de ces Rencontres. Je pense que nous allons prendre en considération ce conseil.

A demain à Nohant pour certains d'entre vous, et bon retour aux autres !