



Le patrimoine culturel comme objet de communication politique au sein d'une communauté d'agglomération

Jeanne Perrot

► To cite this version:

Jeanne Perrot. Le patrimoine culturel comme objet de communication politique au sein d'une communauté d'agglomération. Sciences de l'information et de la communication. 2018. dumas-01923249

HAL Id: dumas-01923249

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01923249>

Submitted on 15 Nov 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Le patrimoine culturel comme objet de communication politique au sein d'une communauté d'agglomération

PERROT Jeanne

Sous la direction de Mme Isabelle PAILLIART

Laboratoire : GRESEC

UFR Langage, lettres et arts du spectacle, information et communication

Département Sciences de l'Information et de la Communication

Mémoire de Master 2 — 30 crédits

Parcours Information-Communication Publique et Médias

Option Métiers de la communication publique

Année universitaire 2017-2018

Dans le cadre du stage au service Patrimoine culturel du Pays Voironnais

Du 5 février au 3 août 2018

Maitre de stage : Emmanuelle Martinon et Marie-Lys Courel

DECLARATION

1. Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original.
2. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.
3. Personne d'autre que moi n'a le droit de faire valoir ce travail, en totalité ou en partie, comme le sien.
4. Les propos repris mot à mot à d'autres auteurs figurent entre guillemets (citations).
5. Les écrits sur lesquels je m'appuie dans ce mémoire sont systématiquement référencés selon un système de renvoi bibliographique clair et précis.

NOM : PERROT PRENOM : Jeanne

DATE : 14 mai 2018 SIGNATURE : 

REMERCIEMENTS

Je remercie le service patrimoine culturel : Nathalie Ageron, Emily Brogier, Lucile Chevallier, Isabelle Dahy, Laurence Dalmasso, Christelle Four, Arnaud Girard, Charlotte Lasne, Laurence Matesa, Emeline Morestin, Lisa Munck-Cheucle pour leur accueil, leur gentillesse, leur disponibilité et leur compréhension quant à ma découverte du monde du travail, mes missions et la rédaction du mémoire de stage. Je remercie également mes maitre de stage, Emmanuelle Martinon et Marie-Lys Courel, pour leur écoute et leurs conseils malgré des emplois du temps bien chargés. Merci au service patrimoine culturel de m'avoir fait confiance et d'avoir contribué à rendre ce stage de fin d'études plus qu'enrichissant.

Je remercie également l'équipe pédagogique du master 2 ICPM pour leur enseignement et le partage de leurs connaissances, notamment Isabelle Pailliart pour le suivi de ce travail et du bon déroulement de mon stage.

Merci à mes parents pour leur soutien, leur relecture minutieuse et leur intérêt, leur envie de découvrir aussi bien la Grange, les musées que le Pays d'art et d'histoire et de partager cela avec moi. Merci à mes ami•e•s, également en stage ou en fin d'études, sans qui ces moments particuliers n'auraient pas été aussi faciles. Vous avez été mon grand bol d'air frais durant cette période intense.

RÉSUMÉ

Le patrimoine culturel fait partie intégrante du territoire, de ses paysages et de son histoire. S'il semble acquis, les instances gouvernementales comme les communautés d'agglomération prennent en charge une partie du patrimoine de leur territoire par une valorisation et une mise en oeuvre de différentes actions culturelles. Une communication politique et publique naît alors de cette gestion. De là relève un paradoxe : si le patrimoine est acquis, pourquoi avoir besoin de communiquer dessus, et, surtout, comment communique-t-on dans ce cas ? Car a priori le patrimoine culturel n'appartient à personne si l'on en croit sa valeur symbolique. Cette prise en charge interroge d'autant plus que la volonté de créer du consensus et une identité commune n'est pas évidente dans le cadre de la définition du patrimoine, et cela a des conséquences sur l'articulation entre communication publique et communication politique, intrinsèque au patrimoine. Une question subsiste alors : que sait-on vraiment du patrimoine dans le cadre d'une communauté d'agglomération et quel impact cela a sur la communication ?

Mots-clés : communication publique, communication politique, patrimoine culturel, communauté d'agglomération, EPCI

Sommaire

Sommaire	6
INTRODUCTION	9
PARTIE 1 LE STAGE AU SEIN DU SERVICE PATRIMOINE CULTUREL DE LA COMMUNAUTÉ DU PAYS VOIRONNAIS	11
Chapitre 1 La Communauté du Pays Voironnais	11
A. Historique et positionnement.....	11
B. Caractéristiques et spécificités.....	12
C. Sa politique	13
Chapitre 2 Le service patrimoine culturel	15
A. Positionnement et organisation	15
a.1 Présentation du SPC	15
a.1.1 Fonctionnement	15
a.1.2 Financement.....	16
a.2 Organisation	17
a.2.1 Le SPC en relation avec d'autres services	17
a.2.2 Les relations au sein du SPC	18
B. Compétences et objectifs	20
b.1 Une compétence générale : la culture	20
b.2 Des objectifs internes au service	21
b.3 Une multiplicité de points de vue	21
C. Entre territoires professionnels et structures de décision	22
Chapitre 3 Les missions réalisées.....	24
A. Les missions opérationnelles	25
a.1 Définition	25
a.2 Activités	26
a.3 Réalisation	26
a.3.1 Logistique	26
a.3.2 Communication externe et relations presse	27
a.3.3 Stratégies de communication ponctuelles	29

B. La mission réflexive	29
b.1 Définition	29
b.2 Activités	30
b.3 Réalisation	30
Chapitre 4 Retours sur le stage	32
A. Les apports pour le service patrimoine culturel	32
B. Expérience personnelle.....	32
C. Recommandations.....	34
 PARTIE 2 : LE PATRIMOINE COMME OBJET DE COMMUNICATION	
POLITIQUE AU SEIN D'UNE COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION	36
Introduction	36
Chapitre 1 Contextualisation politique	40
A. L'intercommunalité : une évolution qui renforce son rôle	40
a.1 Une succession de lois	40
a.2 L'intercommunalité aujourd'hui	42
a.3 Les compétences des communautés d'agglomération	43
B. De l'action à la compétence culturelle	44
b.1 Vers des logiques collectives	44
b.2 Patrimoine et culture aujourd'hui	46
Chapitre 2 Le patrimoine culturel comme objet de communication au sein d'une communauté d'agglomération	47
A. Une institutionnalisation du patrimoine culturel.....	47
a.1 Une action publique légitime	47
a.2 Créer du consensus	50
a.3 Le patrimoine culturel en communauté d'agglomération	52
B. Le patrimoine culturel à travers une compétence politique	55
b.1 Un devoir de mémoire	55
b.2 Une reconfiguration de l'organisation interne	56
b.3 L'attractivité du territoire au coeur des politiques	59
C. Le patrimoine culturel en tant que service aux publics	60
c.1 L'attractivité du territoire auprès des publics.....	60
c.2 Faire découvrir le patrimoine culturel	62
c.3 Le patrimoine culturel comme vecteur d'identité	64

Chapitre 3 La patrimonialisation, entre communication publique et communication politique : retour sur la notion de patrimoine culturel	68
A. Critique de l'institutionnalisation du patrimoine culturel.....	68
a.1 Un rôle prédominant pour une communauté d'agglomération	68
a.2 Entre interprétation et réinterprétation	70
a.3 Des actions en marge de l'historicité	72
B. Une redéfinition du patrimoine culturel pour une meilleure prise en compte dans les politiques de communication	75
b.1 Entre passé et présent	75
b.2 Le lien social à l'origine du patrimoine culturel et de la patrimonialisation ?	76
b.3 Un rôle redéfini du patrimoine culturel au sein de la communauté d'agglomération ..	78
C. Recherche d'un équilibre entre patrimoine culturel et politique en communication.....	81
c.1 La valeur sociale au coeur du processus	81
c.2 La filiation inversée en tant que relation	82
c.3 Des actions publiques reconsidérées.....	84
Conclusion	85
Bibliographie.....	87
Sitographie	88
Sigles utilisés	91
Annexes.....	92
Annexe 1 : organigrammes des services du Pays Voironnais et du service patrimoine culturel.....	93
Annexe 2 : exemple de supports de communication du SPC	93
Annexe 3 : entretiens, guide et retranscription	94
Guide d'entretien.....	94
Retranscription	94
Annexe 4 : Analyse de Contenu	95
Corpus	95
Catégorisation	95
Liste d'autorité	95
Annexe 5 : analyse des sites existants d'une communauté d'agglomération.....	98
Annexe 6 : statistiques et cartographies diverses	99

INTRODUCTION

Ce rapport et ce mémoire de stage sont le résultat de trois mois sur six au total passés au sein du service patrimoine culturel de la communauté d'agglomération du Pays Voironnais. Centré sur le métier de chargé de communication, le stage se déroule du 5 février au 3 août 2018 afin d'être présente jusqu'à l'un des événements importants de l'été pour le service, le festival Les Nuits Hors la Grange à la Grange Dîmière.

Intéressée par la communication publique et para-publique dans sa possibilité de polyvalence et son rapport aux usagers, aux habitants, aux citoyens, j'ai naturellement cherché à effectuer le stage de fin d'études dans ce secteur. Après des stages courts en musée, mairie et hôpital, je souhaitais malgré tout approcher une branche que je ne connaissais pas : l'associatif, les ONG, tournées vers des secteurs précis comme l'humanitaire, l'économie sociale et solidaire, le développement durable, ... Afin de compléter mes expériences. Malheureusement, après une possibilité dans l'entrepreneuriat social, trois semaines et trois phases de sélection, cet objectif n'a pu aboutir et je me suis tournée vers l'institutionnel.

J'ai ainsi candidaté pour le stage au service patrimoine culturel qui correspondait à mes attentes en termes de missions. La perspective de pouvoir comprendre les mécanismes d'une intercommunalité apportait finalement une nouvelle dimension à cette fin d'études.

En charge de la communication, ce stage est donc à la fois complexe et enrichissant puisqu'il s'agit de couvrir l'ensemble des quatre entités du service patrimoine culturel en sachant toutefois que chacune gère sa communication. Il n'est donc pas facile de déléguer certaines missions, ou encore d'entrer dans les boucles concernant la communication et de près ou de loin les missions qui me sont confiées.

Ce stage est un premier pas dans la vie professionnelle mais aussi un défi d'adaptation et de compréhension. On peut le comprendre au vu de l'équipe importante, une dizaine d'agents qu'il a fallu connaître et recontextualiser dans leurs missions, puis dans des aspects plus pratiques comme les horaires qui correspondent à des horaires « de bureau », tout en étant au fait que certaines actions comme les commissions culture, les vernissages,

... sortent du cadre de ces horaires. Un stage long était ainsi d'autant plus pertinent pour apprendre à connaître toutes les logiques en oeuvre au sein du service patrimoine culturel.

Il était également pertinent de rester jusqu'en juillet au vu des missions attribuées, qui vont de l'opérationnel à la stratégie et qui demandent du temps, ce qui va de pair avec le temps d'adaptation, le temps de mise en oeuvre et le temps de réalisation et de restitution.

Le rapport de stage en première partie présente la structure d'accueil, le Pays Voironnais, ainsi que le service patrimoine culturel. Il analyse ensuite de manière plus approfondie les mécanismes et les relations au sein d'une intercommunalité, sans oublier de présenter les missions effectuées pendant le stage. Le dernier temps est consacré aux retours sur le stage.

La deuxième partie est consacrée au mémoire de stage, qui étudie un aspect perçu pendant ce stage en allant au-delà du seul cadre du Pays Voironnais. Je me suis ainsi interrogée sur la notion même de patrimoine en partant du fait qu'une baisse de fréquentation et une diminution de l'intérêt pour le patrimoine est observée par le service patrimoine culturel. Cela m'a amenée à comprendre ce qu'est le patrimoine et comment il est traité par une communauté d'agglomération. J'ai ainsi constaté qu'il semblait y avoir des problèmes d'articulation entre l'aspect politique et l'aspect public du patrimoine et que cela avait des répercussions au niveau de la communication. Cette problématique sera donc présentée et étudiée en deuxième partie.

PARTIE 1 | LE STAGE AU SEIN DU SERVICE PATRIMOINE CULTUREL DE LA COMMUNAUTÉ DU PAYS VOIRONNAIS

Chapitre 1 | La Communauté du Pays Voironnais

A. Historique et positionnement

Officialisée en 2000, la communauté d'agglomération du Pays Voironnais a d'abord vu le jour sous une forme syndicale, en réaction à un plan d'urbanisme. En 1973, suite au recensement d'une population toujours croissante dans l'agglomération grenobloise¹, un Schéma Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme est approuvé par décret ministériel : il propose d'organiser la région de Grenoble en trois pôles, dont deux extérieurs allant de Voiron à Villard-Bonnot. Toutefois, le plan impliquait de créer une ville nouvelle dans l'actuel Pays Voironnais pour accueillir les futurs habitants : c'est ainsi que le Syndicat mixte d'aménagement du Voironnais, regroupant quatorze communes, fut créé pour s'opposer à ce projet afin de privilégier le développement des communes existantes. Axé autour du social, de l'habitat et de l'environnement, ce n'est qu'en 1994 que le Syndicat devient une communauté de communes pour des raisons d'autonomie financière, alors que le Syndicat dépendait de la participation des communes. Le Pays Voironnais continue de se développer jusqu'à devenir une communauté d'agglomération, en 2000. Il acquiert ainsi des compétences concernant l'aménagement du territoire et la politique de la ville, ainsi que le label Pays d'Art et d'Histoire en 2013.

La CAPV est l'une des principales intercommunalités des dix-neuf de l'Isère dont fait également partie Grenoble Alpes Métropole. Malgré des regroupements de communes et le départ de certaines pour d'autres intercommunalités, la CAPV maintient son nombre au-delà de trente communes pour une population totale d'environ de 95 000 habitants. Pour comparaison, l'Isère comprend une population rassemblée de 1,3 millions d'individus.

¹ PaysVoironnais.com, « Les dates clés » : « 70 000 habitants en 6 ans soit la plus forte croissance de toutes les grandes villes françaises »

La CAPV comprend des pôles de développement importants, notamment le parc d'activités Centr'Alp à Moirans qui regroupent diverses entreprises, et le campus La Brunerie-Voiron centré sur le sport/loisir. Elle possède aussi de nombreux équipements culturels, un pôle santé, ... La CAPV est donc au carrefour d'autres intercommunalités et de migrations pendulaires et comprend toutes les fonctions urbaines nécessaires. C'est ce qui fait à la fois sa force et sa faiblesse puisque l'on ne peut négliger à un niveau attractif la concurrence potentielle au niveau culturel et touristique entre les différentes intercommunalités.

En termes de compétences, la CAPV remplit ses rôles puisqu'elle en possède entre 30 et 39, ce que l'on peut attendre d'une communauté d'agglomération. Cela montre que la communauté d'agglomération est un statut logique dans l'évolution du territoire du Pays Voironnais et que les communes affirment leur volonté d'avancer ensemble.

Nombre de compétences exercées par les EPCI à fiscalité propre au 1er janvier 2018 -

Département : Isère. Source : DGCL, BANATIC

Fig. 1

En somme, il apparaît que la CAPV est une intercommunalité plutôt indépendante qui remplit des missions aussi bien économiques que de service ou résidentielles.

B. Caractéristiques et spécificités

Pour évoquer son territoire : la CAPV s'étend sur 380km². La CAPV est un territoire périurbain et certaines communes font partie de l'unité urbaine de Grenoble. C'est donc un territoire à la fois tertiaire et rural qui a connu la désindustrialisation et qui fait maintenant face à une baisse démographique et une population vieillissante, comme de nombreuses régions. De fait, le territoire continue d'opérer sa transition vers la tertiarisation et développe des aspects comme la culture moins appuyés auparavant, politiquement parlant.

Concernant l'intercommunalité, la CAPV a suivi une évolution normale comme d'autres communautés d'agglomération. Son lien avec la commune centre Voiron est fort puisque les services informatique et ressources humaines sont communs aux deux et que jusqu'à 2016 Voiron contribuait à l'EPCC le Grand Angle. Pour l'ensemble des trente et une communes il y a bien eu un transfert de compétences sur certains aspects à une échelle plus

globalisante, comme la mobilité, les déchets, la culture, et on voit qu'un processus de complémentarité entre les communes et l'intercommunalité s'est mis en place.

La CAPV se caractérise aussi par des actions et une volonté de mise en réseau réelles notamment au niveau de la culture : bibliothèques, conservatoires, tout cela en lien avec l'éducation artistique et culturelle, qui fait partie des ambitions de la compétence culture acquise en 2017. Cette mise en réseau se traduit ainsi dans les services à la personne, via la mobilité par exemple. Rappelons également que le Pays Voironnais est considéré comme un pôle d'équilibre ce qui lui confère une légitimité et une assise sur le territoire isérois.

Toutefois, si l'on s'attarde sur la communication externe, on constate qu'elle est certes en place mais qu'elle n'a pas été l'objet d'une stratégie sur le long terme. Un seul agent y est dédié avec l'aide d'un autre en charge notamment de la page Facebook du Pays Voironnais. Ce service traite les aspects politiques et économiques de la CAPV alors que cette intercommunalité exerce de nombreuses compétences et comprend ainsi de nombreux services qui ont tous des demandes différentes en termes de communication. Cet aspect de décloisonnement sera traité dans la partie concernant les objectifs et missions du service patrimoine culturel.

De la même façon, le territoire possède une richesse culturelle remarquable mais malgré ses actions, il semble que la mise en place en 2013 d'un service culturel commun, à la fois parce qu'il rassemble diverses structures et entités et qu'il intègre la ville de Voiron, est compliquée à organiser.

La CAPV se distingue donc par quelques aspects clés au niveau du territoire et de son organisation. Elle mène des projets de développement importants au service de ses habitants, perspective d'autant plus significative que les prochaines élections sont en 2020. Son ambition entraîne des changements au sein de son organisation, ce qui fait d'elle une communauté en mouvement.

C. Sa politique

Comme évoqué précédemment, la CAPV a sa place dans le paysage des différentes intercommunalités voisines et sa politique est tournée vers le développement du territoire et le bien-être de ses habitants. Cette politique se concentre autour de six compétences :

aménagement du territoire, organisation de la mobilité, développement de l'économie et de l'emploi, environnement, solidarités, culture et patrimoine.

On constate que l'objectif est bien de couvrir l'ensemble du territoire comme en témoignent la politique de lecture publique sur la mise en réseau des bibliothèques du Pays Voironnais, ou encore la politique de traitement des déchets et la mise en place progressive de nouveaux bioseaux et sacs 100 % compostables remplaçant les sacs en plastique en 2018.

Ces différentes politiques suivent les évolutions démographiques et sociétales du territoire en se concentrant au niveau opérationnel sur l'aménagement, l'investissement, l'attractivité du territoire et le développement durable. Parallèlement, l'objectif financier est de réaliser des économies.

En plus de couvrir l'ensemble du territoire par ses actions, la CAPV souhaite qu'il s'inscrive dans une logique durable, stable, centrée sur les habitants, ce que résument les défis arrêtés dans le projet de territoire² :

- « > Défi n° 1 : Conforter le statut de pôle d'équilibre du Pays Voironnais,
- > Défi n° 2 : Relancer la dynamique démographique et maintenir l'équilibre social et générationnel du territoire,
- > Défi n° 3 : Accompagner les mutations structurelles du tissu économique et développer de nouveaux moteurs générateurs d'emploi,
- > Défi n° 4 : Développer un haut niveau de services susceptible de répondre à l'évolution des modes de vie et de lutter contre le développement accéléré des inégalités,
- > Défi n° 5 : Organiser la transition énergétique et orienter le territoire vers un développement plus durable. (Projet de territoire) ».

La CAPV est donc tournée vers le développement de son territoire et le bien-être de ses habitants ; il s'agit à présent de comprendre quelles spécificités la caractérisent en interne à travers le service patrimoine culturel.

² Publication *Projet de territoire*, 2015.

Chapitre 2 | Le service patrimoine culturel

A. Positionnement et organisation

a.1 | Présentation du SPC

Créé en 2013, le service patrimoine culturel fait partie du pôle culture, patrimoine culturel et équipements sportifs et plus précisément des affaires culturelles³ qui rassemble l'EPCC Le Grand Angle, la lecture publique et le patrimoine culturel. Le SPC est mutualisé avec la ville centre du Pays Voironnais, Voiron, qui possède les collections du Musée Mainssieux. La directrice des affaires culturelles est Marie-Lys Courel et la directrice adjointe en charge du patrimoine culturel est Emmanuelle Martinon. Il y a actuellement deux postes d'assistant administratif dont l'un remplace Emmanuelle Martinon jusqu'en septembre.

a.1.1 | Fonctionnement

L'organisation du SPC est telle qu'il est complexe de donner une vue globale du service. En effet, il est en charge de quatre entités : les musées Mainssieux et archéologique du lac de Paladru, la salle d'exposition contemporaine la Grange Dîmière et le label Pays d'Art et d'Histoire (PAH). Cependant, si un même service dit commun réunit ces entités, elles sont chacune gérées par une équipe permanente.

Le Pays d'art et d'histoire

Obtenu sous l'impulsion archéologique des fouilles du lac de Paladru en 1991, le PAH est géré par l'association Maison de Pays jusqu'en 2013, date à laquelle le label s'étend des sept communes initiales aux trente-quatre communes de la CAPV. Il faut noter que même s'il y a eu des départs ou des regroupements de communes depuis, l'action du PAH concerne toujours les trente-quatre labellisées en 2012. Ce changement s'accompagne de la création du SPC et d'un transfert de poste de la Maison de Pays à la CAPV. Aujourd'hui, le PAH est géré par une équipe de deux personnes.

³ voir annexe 1

Les musées de France du Pays Voironnais : musée Mainssieux (Voiron) et musée archéologique du lac de Paladru (Charavines)

Le musée archéologique a également été géré par la Maison de Pays jusqu'en 2013. Le transfert de deux postes a été réalisé. Le musée est géré par la CAPV mais les collections appartiennent au Musée Dauphinois. Le musée archéologique est actuellement fermé au public car un nouveau musée est prévu pour 2020 aux abords du lac de Paladru et non plus à Charavines.

Quant au musée Mainssieux, dont les collections appartiennent à la ville de Voiron après un lèg de l'artiste, il est géré par le Pays Voironnais depuis mars 2016 en lien avec l'obtention de la compétence culturelle par la CAPV, en janvier 2017. En effet, la compétence amenait la CAPV à disposer de plein droit de « l'ensemble des biens, équipements et services publics nécessaire à leur exercice [aux compétences], ainsi, qu'à l'ensemble des droits et obligations qui leur sont attachés à la date du transfert »⁴.

À ce jour, les musées sont gérés par deux équipes qui se recoupent : une responsable des musées, une chargée des publics et de la communication et une chargée des projets éducatif, qui travaillent sur les deux musées. Il y a également une médiatrice et chargée d'accueil au musée Mainssieux et une régisseuse des collections à Mainssieux et pour le futur musée archéologique.

La Grange Dîmière (Le Pin - Villages du lac de Paladru)

Cette ancienne dépendance d'un monastère a rejoint le SPC en 2013. Elle était auparavant gérée par le service tourisme de la CAPV et continue d'accueillir des expositions d'art contemporain autour de la céramique. Elle est entièrement gérée par un agent, de l'entretien aux appels à candidatures en passant par la partie administrative et l'action éducative. Des vacataires complètent l'équipe en saison.

a.1.2 | Financement

Le SPC est assez autonome puisque comme tous les services il possède une enveloppe budgétaire par année, tout comme les quatre entités. Chacun gère donc l'ensemble de son fonctionnement, de la production et de la logistique, y compris la communication, ce qui sera détaillé dans les points suivants.

⁴ PV de transfert 2016

À ces enveloppes budgétaires s'ajoutent, pour les entités, différentes subventions notamment attribuées par le Ministère de la Culture et de la Communication, la région Auvergne-Rhône-Alpes via la DRAC ou le département de l'Isère. Des programmes européens comme Leader font également partie des subventions qui peuvent être attendues, mais l'échelle départementale ou régionale reste privilégiée puisque le patrimoine culturel du Pays Voironnais est local et est de fait plus en lien direct avec ce niveau d'aide.

a.2 | Organisation

Comme le sous-entend un fonctionnement aussi complexe, l'organisation en termes de relations est tout aussi importante puisqu'un nombre importants d'acteurs entre en jeu. Cela va sans oublier l'organisation hiérarchique, du directeur général des services au SPC en passant par le directeur général adjoint.

a.2.1 | Le SPC en relation avec d'autres services

De façon factuelle, le service est forcément en relation avec de nombreux services d'une part parce qu'il fait partie d'une structure générale, la CAPV, et d'autre part parce que son sujet, le patrimoine culturel, nécessite d'être en lien avec des services spécifiques.

Ainsi, les services informatique et ressources humaines sont inhérents au fonctionnement du service. Les services de communication interne et externe sont indispensables aussi bien pour des fonctions plus administratives comme le publipostage que pour informer les agents via l'intranet, les habitants via le Mag' du Pays Voironnais, les pages Facebook, etc. Ces services de communication sont des relais car comme nous le verrons l'information est créée et vient du SPC, ce qui entraîne parfois des incertitudes quant aux relations et aux rôles de chacun.

Parmi les services spécifiques, nous pouvons citer le tourisme qui est logiquement lié au SPC puisque les entités sont aussi des objets touristiques. Les informations sont transmises au tourisme qui alimente son site internet et la vitrine de l'office de tourisme de Voiron peut être réservée. L'un des outils les plus importants est la base de données Apidae : c'est une plateforme collaborative qui permet de saisir des fiches événements avec toutes les

informations nécessaires, validées ensuite par le tourisme et mises à disposition des offices de tourisme mais également des médias, des prestataires touristiques, etc.

On peut également citer le service mobilité dans la mesure où les entités communiquent via des affiches abribus ou des Q de bus et le service finances qui, entre-autre et au quotidien, valide les bons de commande effectués.

On remarque qu'à l'avenir le lien entre SPC et service culture général sera renforcé puisqu'il a été annoncé pendant le stage que la responsable communication du Grand Angle était dorénavant en charge à 30 % de l'organisation et de la stratégie de communication culturelle. Ses missions seront de cadrer et d'organiser le plus efficacement possible la communication du culturel qui, rappelons-le, comprend en plus du patrimoine culturel le Grand Angle et la lecture publique.

Cette organisation sera analysée de façon plus approfondie dans la troisième partie de cette présentation du service patrimoine culturel.

a.2.2 | Les relations au sein du SPC

Au niveau humain, le SPC est un service important avec une dizaine d'agents ; il est intéressant de noter que la plupart se connaissaient avant la création du service en ayant travaillé à la Maison de Pays à Paladru, au tourisme ou du moins dans le secteur culturel de la CAPV.

La particularité du SPC est qu'il y a plusieurs équipes dans une équipe : la plupart sont dans les bureaux principaux mais d'autres, notamment les médiatrices et les chargées de mission des musées, travaillent sur place à Mainssieux, au musée archéologique ou à la Grange pour les vacataires en saison. Il est complexe de coordonner l'ensemble des équipes, sans compter que la directrice du service est actuellement absente.

Des points service sont organisés les lundis dans la salle commune qui fait office de salle de réunion et de repas. Ces points permettent aux agents d'informer les autres de leur emploi du temps et de discuter de sujets qui concernent les différentes entités, la CAPV, le statut des agents, des projets en commun, etc. Ce genre de point hebdomadaire peut être

considéré comme une perte de temps, ce qui est réaliste au regard de la charge de travail des responsables et des chargés de mission des entités ; cependant, d'un point de vue communicationnel, ce point est pertinent dans le maintien d'un minimum relationnel entre des agents qui ne travaillent pas systématiquement ou quotidiennement ensemble si ce n'est pour partager des locaux.

Cependant, il est évident que les agents sont aussi dans le relationnel lors des pauses, des repas, et que le SPC forme une équipe, même s'il est plus rare que ces temps soient partagés avec les agents qui travaillent autre part.

De fait, les outils messagerie mail et téléphone sont beaucoup utilisés pour communiquer au sein même du service. Matériellement parlant, d'autres outils sont mis en place :

- des dossiers et fichiers communs notamment administratifs autour des régies, budgets et coûts, des contacts internes et externes, des programmations pour avoir un aperçu global, ... ;
- un semainier avec l'ensemble des agents du service dans la messagerie Zimbra : cet outil est par ailleurs bien utilisé par l'ensemble du service malgré les réticences a priori de certains autres services.

Toutefois, s'il y a un effort de mutualisation des dossiers et des fichiers, beaucoup ne sont pas utilisés via ceux en commun mais directement par chaque entité. Par exemple, le logo de la CAPV est dans un dossier communication commun mais chaque entité l'a dans ses propres dossiers de sorte à y accéder plus rapidement.

Une fois de plus, cela est logique mais nous amène à un point crucial du fonctionnement et de l'organisation du SPC : il est compliqué de faire du commun avec des entités déjà existantes qui possèdent un certain fonctionnement, ainsi qu'avec des personnes qui ont telle ou telle façon de travailler. Chaque entité gère son fonctionnement du début à la fin, à chaque étape de ses projets. Par exemple au niveau de la communication, chacune gère sa distribution, sa diffusion, sa création de contenu, même si des initiatives sont prises irrégulièrement pour mutualiser certaines actions (commande d'encarts publicitaires, de prestataires en distribution, réservation de la vitrine de l'office de tourisme de Voiron) — et qu'une même agence de communication officie au niveau création graphique.

Ainsi, le relationnel ne peut pas être le même que celui que l'on entend par un seul et même service avec une équipe pour les mêmes missions et objectifs.

On constate alors que la hiérarchie au sein même du service n'est pas forcément évidente et comprise : chaque agent a un statut mais au vu des responsabilités que chacun possède, la hiérarchie au moins administrative peut être un frein au bon fonctionnement des entités.

Cela nous amène à évoquer les compétences et les objectifs du SPC dont nous verrons que ce rapport relationnel et hiérarchique crée des divergences de point de vue.

B. Compétences et objectifs

De la même façon que pour son organisation, le SPC a la particularité d'être globalisant sans toutefois effacer l'identité propre à chaque entité. Les cinq acteurs moraux en jeu ont alors tous un rôle à jouer, aspect qui ressort dans les objectifs fixés au sein du SPC.

b.1 | Une compétence générale : la culture

Rappelons que le SPC existe depuis 2013, quatre ans avant la prise de compétence culturelle par la CAPV en 2017. Cela n'est pas étonnant et suit l'évolution des politiques culturelles et des différentes intercommunalités, la plupart ayant été ou étant encore dans l'action culturelle avant d'être dans la politique culturelle.

Cette compétence ajoute un cadre concret à un territoire qui possédait déjà de nombreux atouts à ce niveau ainsi qu'un cadre légitimant à la CAPV. Différentes entités ont été officiellement reconnues d'intérêt communautaire pour cette prise de compétence. Le Pays Voironnais s'engage dès lors à valoriser et coordonner les projets culturels au sein de son territoire tout en favorisant l'accès à la construction d'une culture artistique et culturelle notamment via l'Éducation Artistique et Culturelle (EAC) pour laquelle un plan est en cours de réflexion. Il s'engage également à mener une politique de sensibilisation au numérique et à s'inscrire dans une démarche de pérennisation du culturel existant. Cette compétence correspond bien à la politique générale de la CAPV de développement et de proximité avec le territoire, de ses habitants et de ses évolutions. Elle encourage en plus les entités du SPC à travailler ensemble, notamment au regard de l'EAC.

b.2 | Des objectifs internes au service

Les missions du SPC rejoignent logiquement celles fixées par la compétence culture. Elles s'organisent autour de trois axes : conserver, valoriser et centraliser les connaissances. Le SPC s'inscrit donc dans une démarche de transmission et de long terme qui regroupent les objectifs des entités. Au-delà des missions, on distingue précisément deux types d'objectifs: celui du SPC et celui des entités.

Le SPC a une fonction plus institutionnelle, il témoigne de l'appartenance des entités à la CAPV et a pour but d'asseoir leur identité au sein du territoire. Au niveau de la communication, il vise à mutualiser les moyens pour renforcer les entités, développer les outils numériques, et cherche à savoir qui est le public de ces entités afin de l'élargir.

Cela se complique à nouveau si l'on fixe les objectifs généraux de chaque entité :

- le PAH se concentre sur la connaissance, la préservation et la valorisation de l'architecture et du patrimoine du Pays Voironnais. Un objectif sous-jacent est de gérer un territoire de 31 communes fort de projets, d'histoire, de patrimoine, et pas un équipement fixe qui reflète un objet précis à un endroit ;
- la Grange Dîmière a pour objectif de valoriser un lieu, monument historique, et de le rendre pérenne via des expositions contemporaines ;
- le musée Mainssieux valorise un patrimoine précis, celui d'un peintre né à Voiron, tout en ayant pour objectif de se faire connaître des habitants, même ceux à proximité, et de s'organiser au mieux avec des locaux vieillissants ;
- le musée archéologique du lac de Paladru a depuis sa création l'objectif d'être un nouveau musée, puisque celui installé depuis 1988 à la Maison de Pays est «temporaire». Il a évidemment aussi celui de valoriser les fouilles archéologiques menées sur le lac.

On comprend alors qu'il est en pratique difficile d'harmoniser l'ensemble au niveau des moyens, de la production, des outils, etc.

b.3 | Une multiplicité de points de vue

Les constats précédents nous amènent à approfondir la réflexion quant aux rapports au sein du SPC. Le fait que le SPC soit somme toute récent, encore en construction, avec une mise

en place difficile – changements de direction, recomposition des équipes et réorganisation des organigrammes en cinq ans d'existence – ne favorise pas une évolution stable ni un point de vue réellement commun des missions et objectifs de chaque entité.

De plus, les entités sont plus anciennes que le SPC et par extension de la compétence culturelle de la CAPV : leurs missions sont restées les mêmes quoique légèrement modifiées par un nouveau cadre administratif et un fonctionnement ancré n'a a priori pas besoin de changer.

C'est cette difficulté dans la mise en commun des compétences et des objectifs, ou du moins dans la mise en avant de nouveaux objectifs qui pourraient être bénéfiques pour toutes les entités, comme mutualiser la communication, qui nous semble créer des tensions directement liées au SPC quant aux notions de hiérarchie et de mutualisation. Ainsi, des incertitudes quant à l'organisation persistent : qui doit être responsable de la saisie d'Apidae ? Qui doit-être référent quant à la diffusion via l'intranet ? Chaque entité, ou un agent pour toutes les entités ? À qui appartient tel outil commandé par telle entité, peut-il être partagé ?

Cette organisation entraîne deux niveaux de communication : le SPC en lien avec la CAPV, pour un côté plus institutionnel, et les entités en lien avec un côté plus public, qui concerne aussi les différents types de publics. Cela fragilise d'autant plus les relations internes à la CAPV, dont l'organisation serait faite de territoires professionnels.

C. Entre territoires professionnels et structures de décision

Cette présentation du SPC nous amène à un dernier point, conclusion de ce qui a pu être analysé précédemment : le SPC est un territoire professionnel au sein de la CAPV, c'est-à-dire qu'il semble décroïsonné, particulièrement au niveau de la communication.

Le SPC et la CAPV

Nous l'avons dit, la mise en commun et son acceptation au sein du SPC est compliquée ; on ne peut pas comparer son organisation aux autres structures de la culture : le Grand Angle, une seule salle, et le réseau de lecture publique, 19 bibliothèques mais une réelle mise en réseau avec logiciel, organisation, vagemestres, ...

Les quatre entités sont relativement détachées au niveau politique, pas moins sous contrôle administratif mais dans la volonté de continuer à suivre les objectifs patrimoniaux et culturels fixés pour chacune. Il y a là une sorte d'opposition politique / public, entre la CAPV qui vise l'attractivité de son territoire et prend les décisions, et les entités qui visent la valorisation, la transmission, mais qui doivent respecter les décisions.

Le SPC et la culture

Le SPC fait partie d'un pôle culture et se démarque pourtant par son organisation particulière, comme s'il était à lui-même un pôle. La hiérarchie du pôle culture semble alors encore plus difficile à comprendre au niveau du SPC. Par exemple, on peut se demander quelles seront les conséquences d'un poste à 30 % en charge de la stratégie de communication du pôle culture alors que chaque entité fonctionne seule, quelles modifications ou nouvelle organisation cela va entraîner.

On pourrait presque parler d'une lutte des territoires professionnels puisque les entités souhaitent garder un minimum d'autonomie malgré leur appartenance à une instance politique.

Le problème est que cela entraîne de nombreux questionnements au sein du SPC qui reposent sur une conséquence possible : englobées dans une structure institutionnelle générale, les entités ne pourraient plus conserver leur identité propre en étant la CAPV. Pour éviter qu'un patrimoine culturel soit trop dépossédé de son identité, le SPC se charge donc de plusieurs aspects de la gestion des entités, d'où un certain décloisonnement.

Par extension, la communication se passe au niveau du service et surtout des entités, par habitude et de manière spécifique car il ou elles sont le plus à même de le faire, mais aussi parce que la CAPV n'apparaît pas encore forcément comme légitime pour parler de la culture : récence de la compétence, mauvaise identification de l'instance au niveau des entités, ...

De plus, comme nous l'avons évoqué, chaque entité gère sa propre communication mais c'est le SPC, au nom de la directrice, qui fait le relai quant à la communication institutionnelle en s'adressant à la communication externe, par exemple pour une pleine page dans le magazine du Pays Voironnais distribué aux habitants.

La communication se fait donc au niveau du service ; pourtant un service communication externe général existe et logiquement il pourrait avoir pour mission a minima de valider les différents outils de communication réalisés au sein des services. Cependant, il apparaît que la CAPV a plutôt fait le choix de décroisonner d'elle-même l'ensemble de ses services en en laissant chacun gérer « sa » communication, tandis que le service communication externe est dédié à la communication proprement institutionnelle – par exemple, un encart publicitaire avec les différents services et leurs numéros de téléphone dans l'annuaire local de Planète Kiosque. À noter également que ce service de communication est composé de deux agents, ce qui semble peu pour que la communication externe des services soit entièrement gérée à ce niveau.

Ce fonctionnement par territoire contribue à rendre encore plus spécifique et particulier le SPC dans l'organisation de la CAPV. En effet, les agents sont parfois mal identifiés par d'autres agents qui ne travaillent pas quotidiennement avec eux, ou alors ces autres agents ne savent pas à qui s'adresser lorsqu'il ont besoin d'un renseignement sur une entité.

Il nous semble que ce décroisonnement et la récence du SPC participent de la lente mise en commun d'aspects comme la communication, parallèlement à un projet politique et des politiques encore en construction pour le patrimoine culturel. Il y a bien une volonté politique de s'engager dans la culture et le patrimoine mais les particularités du SPC font que les entités ne peuvent idéalement pas être gérées d'un regard ascendant de la structure de décision sur l'entité, d'où une approche complexe du patrimoine culturel au sein d'une intercommunalité que j'approfondirai dans le mémoire de stage.

L'organisation, les missions et les objectifs variés du SPC expliquent la diversité de mes missions en tant que stagiaire communication. Il me semble ainsi nécessaire de ne pas axer la prochaine partie sur une seule mission, mais bien sur plusieurs aussi bien opérationnelles que réflexives.

Chapitre 3 | Les missions réalisées

Deux types de missions ont été effectués pendant ce stage : des missions opérationnelles, liées au quotidien du service, et une mission plus réflexive de stratégie de communication.

A. Les missions opérationnelles

a.1 | Définition

Le PAH et la Grange ont une programmation saisonnière de fin avril à septembre, notamment pour des raisons pratiques puisque la Grange est ancienne, non chauffée, que le PAH n'est pas un équipement et que la majorité de ses événements sont en extérieur. Le musée archéologique est fermé au public d'ici l'ouverture du nouveau musée, sauf pour des événements nationaux : Nuit des Musées/Musées en fête (départemental), Journées Européennes du Patrimoine et Journées Nationales de l'Archéologie. Quant au musée Mainssieux, il est ouvert toute l'année. Suivant cette organisation, plusieurs missions m'ont été attribuées :

- saisie des données sur Apidae ainsi que saisie pour les agendas du Petit Bulletin, des Affiches ;
- gestion de la distribution des livrets de programmations ;
- relations presse avec mise à jour du fichier de presse, conception des communiqués et dossiers de presse, voire diffusion ;
- préparation d'une communication centralisée autour des JEP en relation avec le tourisme et la communication externe.

Et, plus spécifiquement :

- pour la Grange : logistique avec suivi des prestataires communication (conception, impression, diffusion), publications ponctuelles sur la page Facebook, événementiel ;
- pour le PAH : conception de modèles graphiques pour diffusion, préconisations et aide à la gestion de la page Facebook ;
- pour Mainssieux : organisation de la communication presse pour le vernissage de la nouvelle exposition permanente lors des JEP, graphisme ponctuel ;
- pour le musée archéologique : aide à l'élaboration d'un plan de communication pour le nouveau musée.

L'objectif de ces missions opérationnelles est de déléguer une partie des activités communicationnelles qui peuvent être chronophages pour les équipes du service, cela dans

le but de commencer à mutualiser les moyens de communication ainsi que d'apporter des compétences en communication à des tâches qui s'y prêtent.

Au niveau des moyens, une session personnelle est essentielle pour réaliser ces missions, l'absence de cette session lors des premiers jours de stage en témoigne.

a.2 | Activités

Cet aspect opérationnel permet de travailler avec l'ensemble de l'équipe. La diversité des missions montre bien que la communication au sein d'un tel service est complexe, tant par le relationnel – disponibilités au sein du SPC, prise de contact en interne, en externe, etc – que par la réalisation dans des temporalités qui se chevauchent.

Ces missions ont pu s'effectuer avec les référentes communication de chaque entité ce qui a facilité les transmissions d'informations et le cadrage des missions.

Un suivi permanent de la programmation etc m'amènera aussi à suivre la communication lorsque la saison sera ouverte pour voir comment elle est effectuée, si je peux apporter de l'aide, ... En sachant que les vacataires sur place ou les chargés de mission alimentent les pages Facebook qui sont les principaux moyens de communication directs en saison. Cette partie des missions opérationnelles reste à définir en mai selon les besoins.

a.3 | Réalisation

Les missions étant diverses, voici une présentation de celles principales réalisées à ce jour.

a.3.1 | Logistique

Il s'agit du suivi de gestion et d'organisation avec les prestataires de la Grange Dîmière pour les supports de communication, à savoir un livret douze pages de programmation, une invitation, une affiche abribus/Q bus et un dépliant trois volets par exposition.

À mon arrivée la conception graphique était déjà lancée mais il restait à faire les bons de commande d'après devis pour les imprimeurs pour ensuite leur envoyer, relire et corriger les documents réalisés, transmettre les contacts des imprimeurs à l'agence de communication, suivre la livraison et réceptionner voire envoyer pour les invitations.

Je n'avais jamais réalisé ce type de tâche et même si les échanges de mails avec la graphiste se font via la responsable de la Grange et que les bons de commande sont faits par les assistants administratifs, il faut penser à ce que des détails clairs pour nous comme

des dates limites, des dates de livraison, etc, n'échappent pas aux prestataires. Par exemple, le livret 12 pages a été livré avec du retard sans que l'imprimerie ne prévienne, il a donc fallu être au fait des dates pour la contacter au moment opportun, suivre l'évolution et réorganiser notre planning de distribution avec le prestataire.

Cet aspect de logistique a demandé beaucoup d'organisation personnelle et le fait d'arriver en début de stage à un moment où les dates sont arrêtées, les prestataires sélectionnés et que tout est en marche a demandé un effort d'adaptation encore plus important.

J'ai également suivi le dossier pour la distribution des livrets de programmation du PAH et de la Grange avec les référents de chacun. Une distribution a lieu en avril et une autre en juin. Il a fallu établir les besoins des entités, comme ouvrir la liste de points de dépôt sur une partie du territoire qui n'était pas couverte ; puis, contacter le prestataire habituel pour un devis, voir si l'ouverture sur le reste du territoire était possible, s'organiser pour la livraison, quand il récupérait les livrets, quel nombre, etc. Le retard évoqué plus tôt de la livraison des livrets de la Grange la semaine même où devait avoir lieu la distribution a demandé de la réactivité et j'ai appris à gérer une situation comme celle-là.

Cette distribution sous-entend également une mission plus pratique avec les référents communication des entités puisqu'il faut préparer les cartons pour le prestataire mais également les cartons à livrer en interne via le réseau de lecture publique et les offices de tourisme. Je n'ai pas eu ce réflexe de proposer d'utiliser les réseaux internes, sûrement parce que j'étais « nouvelle » dans la CAPV, mais j'ai pris conscience des relations productives possibles au sein d'une intercommunalité.

a.3.2 | Communication externe et relations presse

Par communication externe, j'entends de la saisie Apidae aux pages Facebook en passant par la recherche de nouveaux moyens de communication comme les panneaux lumineux des communes.

L'activité centrale a cependant été la saisie sur la base de données Apidae : une fois les programmations bouclées – à partir de l'envoi en conception, il faut saisir le plus d'informations précises possibles. Comme je ne travaille au SPC que temporairement il n'était pas pertinent de me créer un compte, j'ai donc utilisé celui de l'assistante

administrative pour saisir les données des différentes entités. Il a fallu rassembler les informations, choisir des photos pertinentes si elles n'étaient pas attribuées par événement ; cette activité a à la fois demandé de l'autonomie et du respect de directives selon les informations à remplir – choix de descriptifs, rédactionnel à modifier, ... Apidae est une tâche longue mais essentielle à la diffusion du SPC. Il fallait donc éviter au maximum les erreurs, et l'une des principales difficultés a été de faire la navette selon ce qui avait été cadré et les différents emplois du temps entre mes questionnements, parfois sur un détail, et les chargés de mission.

Les relations presse ont été une des tâches principales à mon arrivée. Outre un fichier presse commun à réaliser, il fallait aussi prévoir de concevoir les communiqués et dossiers presse (CP et DP), établir un planning presse d'envoi des CP et DP mais aussi de parution, et j'ajoute la gestion des encarts publicitaires papier qui va de pair avec les DP envoyés.

Le fichier presse a commencé par un recueil de divers fichiers existants au sein du SPC mais aussi à la communication externe et au tourisme. Il s'est avéré qu'un fichier principal venant de la communication externe avait circulé mais n'était plus à jour et que la majorité des agents fonctionnaient par emailing avec leurs contacts quotidiens – par ailleurs plus institutionnels et économiques pour ce qui relève de la communication externe.

Je me suis concentrée sur les relations presse qui pouvaient être mutualisées : presse locale et régionale, télévision, radio, presse institutionnelle puis presse spécialisée avec les revues d'art notamment. De nombreuses adresses postales, mails des fichiers existants étaient mauvaises, différents contacts avaient changé de poste, d'emploi, ...

Une fois mis à jour et après avoir trouvé de nouveaux contacts, ce fichier a été mis en commun sur le réseau. Un planning presse s'y est ajouté pour que chacun sache ce qui est publié et quand, ce qui m'a aussi permis d'avoir une vue générale et d'établir quand envoyer les CP et DP.

Ces derniers ont été réalisés en interne pour la Grange et le musée Mainssieux. J'ai utilisé le logiciel installé sur les postes, Libre Office Draw, ce qui a nécessité une certaine prise en main. J'ai ainsi eu un aperçu des outils de bureautique utilisés et quels moyens étaient développés ou nécessaires – par exemple, de nombreux documents sont mis en page en interne et le SPC aimerait obtenir un logiciel efficace comme In Design, ce qui n'est pas logiquement nécessaire aux yeux de la CAPV qui travaille avec une agence de communication.

Parallèlement à ce fichier presse, de nouveaux contacts ont entraîné des rendez-vous avec divers médias afin qu'ils nous proposent leurs solutions de communication. J'ai constaté que ces médias travaillaient souvent déjà avec la CAPV, le service communication externe par exemple, mais qu'ils considéraient aussi des services comme le SPC comme des clients à part entière. On voit ici que rien n'est mutualisé mais que la question commence à être posée, notamment avec le nouveau poste à 30 % pour la stratégie de communication culturelle. Cela ouvre d'autres questionnements, à savoir comment organiser autant d'entités différentes ensemble (musée, salle d'exposition, EPCC, bibliothèques) et est-ce que cela est concrètement possible alors que chacune a une identité et un fonctionnement propre tout en faisant partie d'une structure globalisante.

a.3.3 | Stratégies de communication ponctuelles

Ces stratégies concernent les quelques demandes purement communicationnelles, comme « comment améliorer telle page Facebook ? » ou « comment communiquer sur le nouveau musée archéologique ? ». Elles aboutissent plus à des préconisations qu'à de véritables stratégies ; d'une part parce que ces demandes étaient directes, sur un court terme – année 2018 – et d'autre part parce que l'année était déjà programmée, budgétée pour l'ensemble des entités. Il n'était pas facile de prévoir pour les mois à venir alors qu'il aurait parfois fallu anticiper bien avant ou que les outils de communication étaient déjà bouclés.

Ces points stratégiques ont consisté en de la recherche de contenu, d'existants, sans oublier des notions basiques comme le ciblage, etc.

B. La mission réflexive

b.1 | Définition

Cette mission a pour objectif d'établir une stratégie de communication mutualisée pour les quatre entités du SPC. Elle est donc toujours en cours actuellement. L'axe principal est tourné sur le numérique mais plusieurs objectifs ont été fixés :

- réaliser un bilan des outils existants ;
- définir les publics – acquis, non acquis, potentiel ;
- établir une méthodologie d'étude des publics renouvelable ;
- effectuer un état de l'art sur le patrimoine culturel, le patrimoine et le numérique ;

- éventuellement réfléchir à un projet de site internet commun – ce qui est toujours possible mais modifié par une mise en commun au niveau du pôle culture via le nouveau poste à 30 %.

Pour ce faire, tous les documents nécessaires sont mis à disposition sur le réseau de la CAPV. Cela entraîne un temps de recherche et de recueil d'informations assez important. Il faut également recueillir les outils de communication imprimés, plus faciles à étudier, recenser les outils web, etc. Il y aura par la suite une analyse d'existants, ce qui n'est pas chose facile puisqu'il faut trouver des intercommunalités similaires, ayant une compétence culturelle et étant entièrement en charge d'entités. C'est aussi pour cette raison que j'ai élargi le champ d'analyse, les communautés d'agglomération n'étant pas les seules intercommunalités à posséder une compétence culturelle.

b.2 | Activités

Bien que le démarrage de ces recherches se soit fait avec la directrice du SPC, cette mission entraîne des activités plutôt solitaires, de recherche. Évidemment, je suis toujours en lien avec les différents acteurs qui peuvent avoir un rôle afin de les interroger sur les pratiques de communication, qui ont des informations dont j'aurais besoin, etc, mais je mène cette mission principalement seule. Des points pourront avoir lieu avec la directrice des affaires culturelles pour un état d'avancement, la validation de telle ou telle activité. A priori, cette mission est une tâche importante pour laquelle le SPC a confiance en mes compétences, ce qui est valorisant lorsque l'on a un statut de stagiaire et qui offre une motivation en plus pour mener à bien la mission. Toutefois, son organisation est modifiée par le nouveau poste à 30 % et la plupart des recommandations qui pourront être faites devront l'être en parallèle des nouveaux objectifs de stratégie et d'organisation commune au service culturel.

b.3 | Réalisation

Le projet réalisé en master 1 autour d'une campagne de sensibilisation pour le vaccin contre la grippe ainsi que les différents cours de ces deux années de master ont permis de cadrer rapidement ce que je devais faire et dans quelle direction aller. Au vu des priorités, j'ai actuellement commencé par l'état de la stratégie de communication actuelle avec le bilan des outils existants.

Après recensement et tableaux comparatifs d'analyse par des critères définis selon les outils – page Facebook, site internet, livret de programmation print, ..., j'ai commencé à analyser les statistiques concernant les publics. Chaque entité a établi un questionnaire d'accueil pour les visiteurs, mis à part le PAH pour lequel il est plus compliqué de le faire, ce qui a permis de voir comment fonctionne le SPC. Il est vrai que la communication est considérée comme un outil et les publics comme des cibles – malgré le fait qu'ils soient aussi considérés comme récepteurs, mais cela est logique d'un point de vue professionnel. Pour les statistiques, il faut aussi prendre en compte celles des pages Facebook et du site internet de l'office de tourisme. J'ai donc commencé à classer les données à un moment donné x des pages Facebook pour savoir, de la même façon que le questionnaire d'accueil, d'où est originaire le public web, quel âge il a, etc. L'analyse se fera après recueil de l'intégralité des données nécessaires.

Par la suite, un recueil et une analyse de contenu seront faits pour savoir comment on communique sur le SPC, que ce soit la presse, la communication externe via le Mag', ... Cela permettra de voir comment sont perçues les entités et de commencer à établir un bilan communicationnel. Des entretiens seront faits en parallèle si besoin pour analyser l'organisation de la communication et surtout, selon la demande effectuée, pour évaluer la communication émanant du SPC.

La remise du bilan se fera globalement pour le SPC, mais un fichier à part sera certainement fait pour chaque entité afin qu'elles aient les résultats détaillés des recherches.

L'étape suivante sera la proposition de stratégie qui comprendra l'état de l'art demandé ainsi qu'un benchmark. De la même façon que pour l'état de la stratégie actuelle, les résultats se feront globalement pour le SPC, sûrement accompagnés de fichiers plus détaillés pour chaque entité. En effet, lors des recherches j'aurai sûrement recueilli des informations et établi des conclusions quant aux objectifs propres à chaque entité, par exemple « comment communiquer sur une communauté et non une structure, comment refondre l'image du PAH ? », « comment communiquer sur Mainssieux, moins visible qu'à ses débuts ? », ...

Il semble nécessaire d'effectuer à la fois ce travail sur une communication mutualisée mais aussi sur la communication spécifique déjà en place. La communication mutualisée ne pourra être optimale qu'en ayant clairement cadrer la communication de chaque entité et

des préconisations sur leurs propres objectifs amèneront à réfléchir à la façon de mutualiser et de prévenir cette mutualisation de la communication.

Chapitre 4 | Retours sur le stage

A. Les apports pour le service patrimoine culturel

Il est évident que le statut de stagiaire SPC communication est un premier pas vers la mutualisation, du moins vers une phase d'évaluation de possibilité de mutualisation. Habituellement, le stagiaire travaille pour une seule entité.

Cette année, le fait de travailler pour les quatre entités permet aux agents de déléguer des activités communicationnelles chronophages comme Apidae. Un regard venant de l'extérieur et le fait d'avoir des compétences issues d'une formation de communication aide également à prendre du recul par rapport à la communication du SPC qui, comme nous l'avons compris, est complexe à aborder, organiser, et mettre en place.

Au vu de la diversité des missions et des nombreuses livraisons de documents de communication, de relations externes, internes, une aide pour appréhender tout cela est la bienvenue, même si cela peut ajouter un interlocuteur au sein d'un même service.

Par extension, les missions effectuées font office de relai avec le nouveau poste à 30 % puisque les informations recueillies, le bilan effectué seront utiles à l'agente de ce nouveau poste pour bien visualiser et cadrer ce qui est fait et comment fonctionne le SPC.

B. Expérience personnelle

Ce stage est mon premier stage long. Se glisser dans le quotidien du travail avec des responsabilités réelles est une prise de rythme particulière après cinq ans d'étude, mais c'est ce à quoi je m'attendais. Le SPC m'a accordé en plus beaucoup d'autonomie et beaucoup de missions, certes diverses et variées, mais ça n'a qu'été bénéfique car c'est aussi cette polyvalence que je recherche en tant que professionnelle. Cela m'a permis de continuer de développer esprit de synthèse et organisation pratique, professionnelle et personnelle.

Cette multiplicité des tâches a souvent été remarquée par les agents du service mais c'est le cadre du stage et la communication qui rendent cette multiplicité logique. Cela montre que la communication au sein de la CAPV, du pôle culture et du SPC n'est pas vraiment définie quant à des projets de mutualisation car ce processus apparaît comme gigantesque à imaginer et à coordonner.

J'ai développé des compétences en logistique car je n'avais jamais effectué des missions administratives concernant la communication. J'ai aussi mis en pratique ce que j'ai pu apprendre durant la formation comme les relations presse, la stratégie de communication, etc.

J'ai pris connaissance de nouveaux outils comme Apidae ainsi que de différentes stratégies de communication, par exemple comment la communication est utilisée par un label et par un musée – il y a plus de bilans d'opérations ou d'événements, il faut pouvoir communiquer aussi bien avec les élus qu'avec des scientifiques, un jeune public, ... Ce qui multiplie les outils. J'ai aussi travaillé certaines compétences comme le rédactionnel, le graphisme, inhérentes au côté pratique polyvalent de la communication.

J'ai compris le fonctionnement d'une communauté d'agglomération et le rapport à la politique, quelles relations de pouvoir et de décisions étaient actives et quelles conséquences cela avait sur la communication. Cela m'a également permis de prendre du recul sur cet aspect opérationnel et d'avoir un aperçu plus complet de l'intercommunalité et de la fonction publique en générale.

Au niveau des relations humaines, j'ai été très bien accueillie ; découvrir et intégrer la vie du SPC était nécessaire pour s'immerger complètement et cela a été possible grâce à l'ensemble des agents. Vivre une nouvelle expérience humaine apporte toujours beaucoup et celle au sein du SPC est d'autant plus enrichissante que de nombreuses personnes au caractère et profils différents sont au maximum à disposition pour m'aider dans mon stage.

C. Recommandations

Faire des recommandations au niveau de la communication au sein du SPC fait partie de la mission réflexive à mener jusqu'en août ; je ne détaillerais donc pas tout ici car cela va se préciser mais voici quelques remarques à ce stade de mon stage.

La communication semble bloquée du fait du décloisonnement des services de la CAPV et les entités communiquent de la même façon au moins depuis 2013.

- Pour mutualiser certains aspects de sa communication, le SPC pourrait revoir les fondements de son organisation en dialoguant, dans l'objectif de clarifier et de rendre cohérentes les directions à prendre au sein du SPC, c'est-à-dire avec l'ensemble des agents. Le décloisonnement de la CAPV ne doit pas toucher le SPC en le décloisonnant lui-même.
- De fait, une mise au clair du rôle de chacun au sein du service et pas seulement par entité pourrait être fait – par exemple, la saisie Apidae peut être mutualisée mais elle n'est pas forcément à attribuer à l'assistante du SPC qui a les compétences pour le faire mais pas forcément le temps de tout gérer.
- Cette mise au clair concernerait aussi le nouveau poste à 30 % sur la stratégie de communication de la culture. En effet, ce nouveau poste doit certes mener à une compréhension des entités mais aussi à la compréhension des agents qui en sont responsables : quels objectifs, quelles capacités, quelles méthodes de travail, etc, tout en prenant en compte le cadre, c'est-à-dire le SPC, qui ne fonctionne pas comme le Grand Angle et n'a pas les mêmes ressources que lui par exemple.
- Au niveau plus opérationnel, on pourrait penser à la possibilité de renouveler la charte graphique des entités qui ne fait pas l'unanimité au sein du SPC. Cela amènerait des possibilités, donnerait une nouvelle motivation et marquerait une évolution qui irait de pair avec la modernisation des outils. À présent, le patrimoine en France géré par la fonction publique ne renvoie plus une image « vieillote », « classique », du moins ce n'est pas l'objectif des organisations qui le gère ; en plus de la charte graphique, il faudrait donc repenser les outils print, aussi nombreux qu'utiles, mais qui peuvent être optimisés par rapport à leur format, leur contenu, leur distribution, etc. La presse est également concernée par cela puisque de nombreux encarts papiers sont réservés :

développer des encarts au niveau numérique, sur les sites des agendas en ligne par exemple, est peut-être plus pertinent pour des expositions, des ateliers, etc.

En guise de conclusion, le SPC est en voie de mutualiser concrètement sa communication, dorénavant en lien avec le service culture. La volonté et les efforts des agents montrent qu'il y a un réel besoin à ce niveau pour que le service fonctionne dans les meilleures conditions possibles. Effectuer mon stage au début de cette phase de transition est difficile à aborder mais permet de découvrir plus d'aspects communicationnels que l'on pourrait espérer et de comprendre des enjeux précis qui sont au cœur des questionnements qui peuvent être posés sur la communication : quel avenir pour le print ? Quelle efficacité ? Quel est l'objectif de notre communication, cibler les publics ou faire avec les publics ? Aller au-delà à partir d'une réflexion approfondie sur les moyens, les objectifs ? Quels sont les freins à un fonctionnement fluide au sein d'un service ? Quelles sont les relations en jeu ? Pourquoi le patrimoine est-il un objet important au sein d'une intercommunalité ? Autant de questions qui marquent une évolution ou du moins un besoin d'évolution de la communication au sein des collectivités publiques.

PARTIE 2 : LE PATRIMOINE COMME OBJET DE COMMUNICATION POLITIQUE AU SEIN D'UNE COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION

Introduction

Le patrimoine est communément reconnu comme représentant un territoire, une nation, une société. Il permet de reconnaître et d'identifier ce qui a fait que ces groupes sont ce qu'ils sont aujourd'hui. Le patrimoine est ainsi amené à être conservé pour remémorer le passé et les pratiques qui y sont liées ; pour être officiellement reconnu, il est l'objet d'une demande voire d'une revendication comme c'est le cas récent des bouquinistes de Paris. 120 vendeurs, 300 000 livres⁵ présents sur les quais de Seine : si ces rives sont inscrites au Patrimoine mondial de l'Unesco depuis 1991, c'est à présent les bouquinistes qui souhaitent être inscrits au Patrimoine culturel immatériel de l'Unesco pour « faire reconnaître leur valeur symbolique ». Cela appuiera la réglementation en vigueur : trois boîtes sur quatre dédiées au livre, tandis que la quatrième est réservée à la brocante. Les bouquinistes espèrent ainsi décourager ceux d'entre eux qui favorisent la brocante au détriment du livre et de la réglementation, et revenir à une pratique plus fidèle à ce qu'étaient les bouquinistes du XXe siècle. « Jean-Pierre Lecoq, maire LR du 6e arrondissement de Paris, soutient aussi le projet. Il espère que cela donnera plus de visibilité aux bouquinistes, que leurs boîtes seront repeintes et que leur savoir-faire sera reconnu. »

Le patrimoine de plus en plus large est ainsi pris en compte par les acteurs publics qui considèrent la valeur symbolique et de sens qu'il possède dans la société. Par conséquent, les différentes politiques de communication des établissements publics intègrent le patrimoine dans un objectif de proximité avec les habitants d'un territoire. Cependant, cela soulève une question : le patrimoine est par définition reconnu, ancré dans un territoire mais des instances gouvernementales le prennent en charge pour l'organiser et le valoriser. Or, le patrimoine est a priori « là » au sens d'acquis, et dépolitisé. Il y a une contradiction entre le caractère public au sens gouvernemental des acteurs en charge de certains objets du patrimoine et la définition de patrimoine dans sa propre gestion. Dans ce cas, pourquoi

⁵ Caroline Fruhauf. « Les bouquinistes de Paris seront-ils inscrits au patrimoine culturel de l'Unesco ? ». *Culturebox France Info*, 7 mai 2018. <https://culturebox.francetvinfo.fr/patrimoine/histoire/les-bouquinistes-de-paris-seront-ils-inscrits-au-patrimoine-de-l-unesco-272801>

prendre et considérer le patrimoine pour en faire un objet ayant un rôle dans les politiques mises en place ? Devrait-ce être son rôle, et quel est alors son rôle ? Comment est-il mis en place et à qui s'adresse-t-il ? Pourquoi, finalement, chercher à gérer le patrimoine ?

Cela revient à s'intéresser à comment le patrimoine est traité par les acteurs publics et à ce que cela implique au niveau des politiques de communication. Et si, finalement, le paradoxe soulevé reposait sur une mauvaise gestion et une mauvaise articulation entre communication publique et communication politique autour du patrimoine, ce qui constituerait un frein au niveau politique et au niveau communicationnel.

Le consensus voulu et créé par la gestion institutionnelle du patrimoine rassemblerait ainsi plus ou moins les habitants d'un territoire. Cela relèverait en fait d'une utilisation trop politique du patrimoine, le rôle de ce dernier ne refléterait pas sa propre définition. Une meilleure prise en compte des publics en tant qu'habitants et citoyens permettrait de donner un nouvel élan au patrimoine culturel et ainsi à la communication qui en est faite.

Une fois la méthodologie de cette étude exposée, une contextualisation politique sera proposée pour cadrer l'intercommunalité, la communauté d'agglomération et la culture et le patrimoine au sein de ces acteurs. Cela permettra d'aborder le plus précisément possible la façon dont le patrimoine est considéré comme un objet de communication dans une communauté d'agglomération. La dernière partie critiquera cette forme d'objet de communication et s'interrogera sur une possible redéfinition du patrimoine pour améliorer les politiques de communication qui le concernent.

Méthodologie

Précisions sur le vocabulaire

Pour réaliser notre étude, nous avons choisi de ne pas définir les termes principaux en introduction, à savoir « patrimoine », « communication politique » et « communauté d'agglomération » car certains sont complexes à saisir et l'ensemble constitue le cœur de nos recherches, qui partent du postulat qu'une redéfinition du rôle de chacun est possible.

« Communauté d'agglomération » considèrera les communautés d'agglomération en général, de même que « la communauté ». Le nom d'une ou de plusieurs en particulier sera précisé lorsqu'elle sera évoquée. Évidemment, ce travail repose principalement sur le Pays

Voironnais et sur sept autres communautés d'agglomération d'après le contenu de leurs sites internet, nous ne saurons donc affirmer que notre étude et les points que nous remarquons sont valables pour l'ensemble des communautés d'agglomération françaises.

De la même façon, « le patrimoine » signifiera « patrimoine culturel », sauf précision.

Par souci de simplification de lecture, l'ensemble du mémoire considèrera « les agents » des communautés d'agglomération, mais nous n'oublions pas que la présence des femmes est équivalente à celle des hommes, notamment dans les services culturels comme le service patrimoine culturel.

Entretiens⁶

Les entretiens à l'origine semi-directifs sont devenus assez libres, car notre objectif était de comprendre les logiques politiques et communicationnelles au sein de la CAPV et à propos du patrimoine. Il était ainsi compliqué de savoir avant l'entretien comment les interrogés percevaient tout cela, de quelle façon et dans quels contextes ils évoluaient dans la CAPV ; et surtout de savoir si eux-mêmes savaient ce qu'était le patrimoine, la communication, comment ils les comprenaient et s'ils pouvaient tous connaître toutes les logiques actives. Le guide d'entretien propose donc des questions assez larges, qui étaient complétées par des « sous-questions » si nous voyions que l'interrogé était très au fait de l'objet de la question.

Trois entretiens ont été réalisés, plus un par écrit et de façon partielle. Ce dernier a été fait dans ces conditions du fait de l'absence de l'interrogée. Nous avons choisi d'interroger plusieurs acteurs axés sur le politique et la communication, soit un élu et deux responsables de communication. En effet, les observations et les discussions menées pendant le stage ont permis de recueillir des avis sur le patrimoine directement auprès des responsables des entités du service patrimoine culturel ; nous n'avons donc pas souhaité les interroger afin de recueillir des perceptions extérieures aux agents qui connaissent et s'impliquent dans le patrimoine culturel. L'entretien réalisé par écrit est toutefois celui de la directrice du service patrimoine culturel qui nous semblait pouvoir apporter des informations supplémentaires et plus politiques par rapport au service.

⁶ voir annexe 3

Analyse de contenu

L'analyse a été réalisée sur six numéros de 2017 du Mag' du Pays Voironnais, de avril à octobre, de sorte à ce qu'ils couvrent la haute saison des entités. Nous avons relevé tous les articles en lien de près ou de loin au patrimoine culturel matériel et immatériel, qu'il concerne les entités du SPC ou non. Le corpus ainsi obtenu est de trente textes.

Une analyse a ensuite été effectuée pour établir une catégorisation présente en annexe 4. Après cette catégorisation a été effectuée une liste d'autorité des termes pertinents pour notre étude, également en annexe 4. Nous avons utilisé le logiciel Antconc pour réaliser cette liste d'autorité, de même que pour analyser les concordances entre les termes choisis. Cette analyse de contenu nous a permis de mieux comprendre comment le patrimoine est considéré d'un point de vue politique et quels discours ou images il donne à lire aux habitants.

Analyse de sites internet

Pour compléter notre méthodologie et avoir des points de comparaison avec le Pays Voironnais, nous avons étudié sept autres communautés d'agglomération via leur site officiel, le site de leur office de tourisme — s'il y en avait un, ainsi que les autres sites des équipements culturels gérés ou soutenus par la communauté mais qui ont un site à part.

Nous avons choisi des communautés d'agglomération proche en taille, leur population variant ainsi de 90 000 à 105 000 habitants. Leur analyse a été effectuée selon différents critères de comparaison présentés en annexe 5.

Cette analyse bien que simplement indicative au vu du petit échantillon de communauté d'agglomération nous semblait intéressante à mener pour mieux comprendre les logiques organisationnelles au niveau politique et communicationnelles, comprendre comment les deux niveaux se répartissent le traitement du patrimoine.

Chapitre 1 | Contextualisation politique

Avant d'étudier le patrimoine comme objet de communication, il faut remettre en contexte le cadre dans lequel il évolue. Voici un aperçu du paysage de l'intercommunalité et de la compétence culturelle.

A. L'intercommunalité : une évolution qui renforce son rôle

La décentralisation est l'un des processus clés dans l'organisation actuelle de la gouvernance en France. De nombreuses lois ont été établies avant qu'une intercommunalité précise soit définie.

a.1 | Une succession de lois

Après la Révolution française, les milliers de paroisses alors existantes deviennent des communes. Malgré ce nombre important et croissant, il aura fallu attendre un siècle avant que les communes ne soient juridiquement uniformisées par la loi municipale d'avril 1884 (Culture Études, 2008). Cette loi instaure des caractéristiques que nous connaissons encore aujourd'hui : un conseil municipal élu au suffrage universel, un maire désigné par ce conseil, et déjà la notion de compétences puisque les conseils municipaux sont à présent officiellement en charge de l'administration de la commune. Une tutelle est également exercée par le préfet.

Cette uniformisation a permis un premier pas vers l'intercommunalité ; en effet, maintenant que toutes les communes aussi bien grandes que petites sont administrées de la même façon, les regroupements sont facilités par l'autorisation des accords et des conférences intercommunales.

Le première véritable loi sur l'intercommunalité instaure peu de temps après, en mars 1890, les syndicats intercommunaux à vocation unique. On parle alors de l'intercommunalité de gestion par la mise en commun des moyens de différentes communes.

Il faudra à nouveau attendre une cinquantaine d'années avant que l'intercommunalité ne franchisse une nouvelle étape : les syndicats mixtes, associant commune et autre personne de droit moral, sont autorisés en 1955 et les districts sont créés en 1959. Cette même

année, la création d'un EPCI est possible à la majorité et non plus à l'unanimité et on y adjoint en parallèle des compétences obligatoires. Les communautés urbaines voient le jour en décembre 1966. Cette nouvelle forme de coopération apporte la dimension de projet commun à la mise en commun de moyens ; on parle alors de l'intercommunalité à fiscalité propre. Elle se met doucement en place et vient contrebalancer le manque d'engouement pour la loi de 1971 qui encourage la fusion et le regroupement de communes.

En parallèle aux lois sur l'intercommunalité s'ajoutent les lois Defferre en 1981. La décentralisation commence réellement : année après année, ces lois entraînent le transfert de compétences étatiques aux collectivités territoriales. Les communes se voient ainsi attribuées des compétences dans divers domaines : urbanisme, aménagement du territoire, action sociale, enseignement, ... Par la même occasion, le tutelle sous préfet disparaît et les contrôles ne se font plus avant mais après les actes.

Au niveau de l'intercommunalité, ces lois Defferre sont renforcées. Après les compétences autour de l'électricité, l'eau, et la mise en place de projets communs, une nouvelle loi se tourne vers l'aménagement du territoire : c'est la loi relative à l'administration territoriale de la République, dite loi ATR, de février 1992. Les communautés de communes voient ainsi le jour, en parallèle des communautés de villes qui rencontrent moins de succès à cause d'une taxe professionnelle unique obligatoire. Quant aux communautés de communes, elles doivent choisir une compétence parmi l'environnement, le logement et le cadre de vie, la voirie et la construction, ou l'entretien et le fonctionnement d'équipements culturels et sportifs et d'équipements de l'enseignement pré-élémentaire ou élémentaire.

Cependant, c'est à partir de 1999 que l'intercommunalité prend la forme définie que l'on connaît aujourd'hui. En juillet, la loi Chevènement vise à simplifier ces formes de coopération intercommunale. Les districts et les communautés de ville disparaissent tandis que trois formes d'EPCI sont établies : communauté de communes, communauté d'agglomération à partir de 50 000 habitants, et communauté urbaine à partir de 500 000 habitants. L'intercommunalité de gestion est laissée de côté, bien qu'elle existe toujours, au profit des ces EPCI à fiscalité propre qui ont un fonctionnement similaire.

a.2 | L'intercommunalité aujourd'hui

En 2018, on dénombre ainsi 1 264 EPCI pour une population rassemblée de 67,9 millions d'individus. De façon logique, le nombre de communautés de communes diminue tandis que le nombre de métropoles augmente, laissant le nombre de communautés d'agglomérations et urbaines varier en fonction des deux formes d'EPCI précédentes. Cette logique durable montre que décentralisation et déconcentration participent du fonctionnement intrinsèque de l'administration française et que la répartition et le partage des compétences se veut optimisé.

Recensement des EPCI selon leur nature juridique de 2007 à 2018.

Source : DGCL, BANATIC

Fig.2

Au XXI^e siècle, deux lois essentielles ont un impact sur l'intercommunalité. Elles portent sur la réforme territoriale enclenchée en 2012. La loi de Modernisation de l'Action Publique Territoriale et d'Affirmation des Métropoles (MAPTAM) a été adoptée le 27 janvier 2014, suivie par la loi portant Nouvelle Organisation Territoriale de la République (NOTRe) adoptée le 7 août 2015.

La loi MAPTAM est centrée sur le rôle et donc la répartition des compétences entre les différentes collectivités territoriales. Ainsi la région doit se concentrer sur le développement économique, les aides aux entreprises et les transports ; le département sur l'action sociale, l'aménagement numérique et la solidarité territoriale ; et la commune sur la mobilité durable et la qualité de l'air. Quant au volet sur les métropoles, il a entraîné un réajustement des compétences puisque des transferts ont eu lieu entre les différentes collectivités territoriales et entre l'État et les métropoles. Les compétences transférées par l'État ne sont pas toutes obligatoires, de même que les EPCI ont le choix entre des compétences optionnelles.

La loi NOTRe est plutôt centrée sur les régions et les départements puisqu'elle redessine les frontières des régions dont le nombre passe de 22 à 13. Cela a entraîné des transferts de

compétences notamment du département vers la région, comme la gestion des collèges et les services de transport.

Ces deux lois ont eu des répercussions au niveau de l'intercommunalité. De façon plus indirecte, tous les changements territoriaux et de rôle effectués suggèrent que l'intercommunalité doit aussi s'organiser de façon à ce que les relations entre collectivités et intercommunalités se poursuivent simplement : par exemple, qu'un transfert de compétence soit pris en compte pour changer d'interlocuteur. De façon plus directe, ces lois concernent l'intercommunalité : par la loi NOTRe, les communautés de communes et d'agglomération acquièrent l'eau et l'assainissement — le transfert obligatoire étant appliqué le 1er janvier 2020. Pour ce qui concerne la culture, c'est l'institution d'un office de tourisme que les EPCI ont récupéré de plein droit depuis le 1er janvier 2017. Nous verrons plus précisément que ces lois ont un impact sur les politiques culturelles.

a.3 | Les compétences des communautés d'agglomération

Afin d'éclaircir ce point pour la suite de notre étude, nous proposons de résumer les compétences qu'exercent les communautés d'agglomération à ce jour⁷.

Le premier type de compétence est obligatoire et est exercé « de plein droit au lieu et place des communes membres ». Il se compose de quatre compétences :

1. développement économique, dont promotion du tourisme et création d'offices de tourisme.
2. aménagement de l'espace communautaire, dont plan local d'urbanisme.
3. équilibre social de l'habitat.
4. politique de la ville dont élaboration du diagnostic de territoire et définition des orientations du contrat de ville.

Viennent ensuite les compétences dites optionnelles. Une communauté d'agglomération doit en exercer trois parmi les suivantes :

- création ou aménagement et entretien de voirie d'intérêt communautaire, création ou aménagement et gestion de parcs de stationnement d'intérêts communautaire ;

⁷ Code général des collectivités territoriales, art. L5216-5, « Compétences ».

- assainissement ;
- eau ;
- protection et mise en valeur de l'environnement et du cadre de vie, lutte contre la pollution de l'air, contre les nuisances sonores, soutien aux actions de maîtrise de la demande d'énergie ;
- construction, aménagement, entretien et gestion d'équipements culturels et sportifs d'intérêt communautaire ;
- action sociale d'intérêt communautaire ;
- création et gestion de maisons de services au public.

On constate que ces compétences couvrent un champ assez large en matière de politiques publiques, sans compter que la plupart exercent également des compétences dites facultatives qui sont transférées d'une ou de plusieurs communes à la communauté d'agglomération. Toutes ces compétences demandent une organisation précise au niveau de la communication aussi bien interne qu'externe et développent diverses relations entre de nombreux acteurs institutionnels, privés, publics, para-publics, ... L'intercommunalité a ainsi sa place dans le paysage des collectivités territoriales et semble nécessaire au vu des secteurs d'intérêt communautaire qui peuvent être mutualisés entre différentes communes.

B. De l'action à la compétence culturelle

b.1 | Vers des logiques collectives

L'action culturelle précède la compétence culturelle. Sans prétendre d'évoquer les traditions et paradigmes des politiques culturelles en France, voici un résumé des faits décisifs qui font des champs culturel et patrimonial ce qu'ils sont aujourd'hui.

Sans oublier la Révolution française, ce qui s'assimile à des politiques culturelles prend de l'ampleur dans les années 1930 avec le Front Populaire sous lequel voient le jour le Théâtre national populaire et les centres dramatiques nationaux. Juste après la création des Maisons des Jeunes et de la Culture en 1944, l'après-guerre conduit la Déclaration universelle des droits de l'homme à reconnaître le droit de participer à la vie culturelle en 1948 : « toute personne a le droit de prendre part librement à la vie culturelle de la

communauté, de jouir des arts et de participer au progrès scientifique et aux bienfaits qui en résultent ». Ce n'est cependant qu'à la fin des années 50 qu'un Ministère dédié à la culture voit le jour sous l'impulsion d'André Malraux, premier ministre des Affaires Culturelles. Un plan quinquennal se dessine alors pour la culture. L'État commence à soutenir la création et les maisons de la culture sont créées en 1961. C'est aussi à cette époque que l'Inventaire général des richesses artistiques de la France est mis en oeuvre, tandis que la déconcentration devient effective en 1969 avec la création des premières Directions Régionales des Affaires Culturelles. À cette époque est également créé le comité du patrimoine mondial de l'Unesco, en 1978.

Le deuxième ministre français qui marque une évolution dans les politiques culturelles est Jack Lang entre 1981 et 1993 : il fait figure de modernisation des politiques culturelles en doublant le budget alloué et en s'intéressant à la culture dite populaire, dont l'une des actions les plus connues est la création de la fête de la musique en 1982.

En 2003, le patrimoine culturel immatériel est reconnu par la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel de l'Unesco.

La loi NOTRe qui reconnaît les droits culturels complète ce point rapide sur l'évolution des politiques culturelles.

Avec les récentes loi sur l'intercommunalité, les politiques culturelles apparaissent de plus en plus définies déconcentrées ; en effet, la loi NOTRe fait de la culture une compétence certes facultative pour les collectivités mais toujours est-il qu'elle peut dorénavant apparaître de façon officielle dans les différentes collectivités et intercommunalités selon les transferts de compétences.

Cette évolution montre que les politiques culturelles passent d'une logique individuelle, où la culture est traitée localement, à une logique collective, où les projets peuvent mettre en relation différents acteurs institutionnels. Cela offre un cadre de développement plus important à la culture, et de fait au patrimoine puisqu'il est souvent rattaché à cette compétence. Par ailleurs, cela insinue que la culture et le patrimoine sont d'autant plus réfléchis en tant que missions d'intérêt général.

b.2 | Patrimoine et culture aujourd'hui

Aujourd'hui, il est donné aux politiques culturelles la possibilité de renouveler leur approche de la culture et des publics. Rappelons-le, la compétence — facultative — en lien avec la culture qui s'applique aux communautés d'agglomération est la suivante : construction, aménagement, entretien et gestion d'équipements culturels et sportifs d'intérêt communautaire. Cette compétence est assez large pour mettre en oeuvre différentes actions et différents projets.

Outre les aménagements, réhabilitations, etc, la médiation des différents équipements culturels occupe une place centrale dans les politiques publiques. La compétence a ici pour rôle de rendre accessible la culture — et le patrimoine — aux publics.

On peut ainsi prendre l'exemple de la Grange Dîmière qui présente des expositions contemporaines de céramique et propose des activités comme des stages autour de différentes techniques de céramique ou des balades autour de l'histoire de la Grange. De la même façon, les différentes entités du service patrimoine culturel proposent des actions qui mettent en avant l'aspect patrimonial de leurs objets.

De façon plus générale, l'une des politiques les plus répandues parmi les communautés d'agglomération étudiée est celle de l'Éducation Artistique et Culturelle (EAC). Elle est décrite comme suit dans le livret « Éducation artistique & culturelle en Pays Voironnais — actions 2017-2018 » : « les projets d'EAC s'appuient sur un équipement culturel du Pays Voironnais; ce dernier propose un contact avec une oeuvre; un temps de pratique (création artistique, observation ou recherche) et des apports de connaissance à destination des enseignants, des animateurs et des jeunes pour favoriser la construction de leur culture artistique et culturelle. » Le musée Mainssieux propose par exemple une visite « Dans tous les sens » : « toucher, sentir, goûter, écouter une oeuvre pour la voir autrement ! Quelques coups de pinceaux pour entrer au coeur des tableaux, entendre les vagues, sentir les fleurs... Découverte sensorielle et ludique de la collection permanente du musée Mainssieux. De la maternelle au CM2 »⁸.

⁸ Livret « Action éducative — c'est pour eux » du Musée Mainssieux Voiron.

Faire découvrir la culture en mettant en oeuvre de nouvelles façons de le faire est donc au coeur des politiques culturelles, ce qui est important à retenir pour l'étude de la relation entre politique, patrimoine et communication.

L'intercommunalité et les politiques culturelles offrent aujourd'hui un cadre privilégié au développement de la culture et du patrimoine en cela qu'ils permettent de mettre en oeuvre divers projets et actions. Ces projets et actions témoignent du patrimoine culturel en tant qu'objet de communication dans une communauté d'agglomération.

Chapitre 2 | Le patrimoine culturel comme objet de communication au sein d'une communauté d'agglomération

Étant donné le rôle des intercommunalités aujourd'hui en termes de culture et de patrimoine, il s'agit de comprendre comment le patrimoine culturel est traité au niveau communicationnel et plus particulièrement dans une communauté d'agglomération. Cette communication politique est possible grâce à l'institutionnalisation du patrimoine qui passe par l'action publique, le patrimoine devenant ainsi à la fois un objet et un moyen d'une compétence, et un service tourné vers le public.

A. Une institutionnalisation du patrimoine culturel

a.1 | Une action publique légitime

Pour commencer, le patrimoine culturel peut être un objet de communication d'un EPCI car ce dernier apparaît comme légitime aux yeux de la population. Cela est possible car une structure comme une communauté d'agglomération est reconnue officiellement en tant que telle et fait figure d'acteur public.

Or, il est attendu d'une telle structure qu'elle tienne certains rôles auprès des citoyens, des élus et des différents acteurs publics (Gallez, 2014) ; par exemple, celui de prendre en charge ce qui a une valeur communautaire puisque c'est aussi le rôle de la fonction publique de remplir des missions d'intérêt général.

Ce rôle est d'autant plus particulier lorsque l'on aborde le sujet du patrimoine puisque, comme nous l'avons vu, sa prise en compte dans les missions et compétences d'un EPCI n'est pas systématique, au même titre que la culture, alors que le patrimoine semble être un objet commun à un groupe. La définition commune de la notion de patrimoine apporte un autre paradoxe car elle désigne quelque chose qui est propre à un individu, qui lui appartient. L'objet lui a été transmis et il pourra le transmettre. Cependant, le patrimoine évoqué ici est bien un patrimoine qui « n'appartient pas », un héritage commun qui concerne plusieurs individus en même temps.

Comprendre comment le patrimoine est traité à un niveau collectif revient à comprendre pourquoi il l'est. Jean Davallon (2006) reprend l'expression « filiation inversée » de Jean Pouillon pour expliquer cela. À l'origine, cette expression signifiait que le présent avait un regard sur le passé et qu'il lui donnait vie en l'interprétant dans le présent. En rattachant cela à ses recherches sur le patrimoine, Davallon démontre que le patrimoine de la société, qui n'est pas l'héritage familial d'un individu à un autre, est un héritage d'un individu, qui a donné une valeur à son objet, à une société. C'est le cas des collections du musée Mainssieux puisqu'elles ont été léguées à la ville de Voiron à la mort de l'artiste Lucien Mainssieux.

Davallon (2006) applique ensuite ce principe à la définition commune de patrimoine: « reconnaître que nous sommes les héritiers de celui qui a donné une valeur à l'objet fait que nous nous déclarons ses débiteurs et que nous avons le sentiment qu'il nous a donné, à travers l'objet, quelque chose qui justifie le fait que nous devons garder ce dernier et le transmettre à notre tour. » Dans tous les cas, l'objet est considéré comme « patrimoine », ce qui implique une mission de conservation et de transmission. Ainsi, le patrimoine qui nous intéresse dans cette étude ne s'adresse pas seulement à une organisation publique mais bien à toute une société, représentée par cette même organisation.

De cette façon, il est logique que ce patrimoine soit intégré dans les compétences et missions à un niveau communautaire et représentatif. Ce fait ressort dans les entretiens menés : pour l'ensemble des interrogés, le patrimoine intégré l'est avant tout parce qu'il a un intérêt communautaire. [Nom] explique :

« Ça me semble assez logique, tout à fait logique que des équipements culturels, des musées, soient... Ou même tout ce qui est patrimonial sur un territoire, soit plutôt considéré dans un plan un peu plus large qu'une commune. Ça a plus de sens de travailler à cette échelle-là qu'à l'échelle d'une commune, dans tous les points de vue et par rapport à tous les publics. »

Pour les interrogés, l'aspect économique et financier est également une raison. Du fait des baisses de dotations de l'État, les communes à elles seules ne peuvent pas gérer un patrimoine qui touche des publics allant au-delà de leur propre commune. Cela n'apparaîtrait pas comme juste au niveau de la gestion financière et serait peu logique au niveau économique et touristique.

Se pose alors la question de la communication : si l'ensemble des individus concernés est débiteur et bénéficiaire du patrimoine, pourquoi avoir à communiquer sur cet objet puisqu'il leur est aussi donné ? Une première réponse qui saura être développée par la suite est que tous les individus ne connaissent pas ce patrimoine ; par exemple, si l'on considère les 95 000 habitants du Pays Voironnais, tous n'ont pas connaissance des oeuvres de Lucien Mainssieux ; et parmi ceux qui les connaissent, tous ne savent pas qu'elles appartiennent à la ville de Voiron et que le musée est géré par le Pays Voironnais.

C'est ce qu'expliquent David Huron et Grégory Spieth (2009) par un prisme politique. Lorsqu'un EPCI est créé, il n'y a pas d'élection au suffrage universel direct, sans compter qu'un EPCI rassemble plusieurs communes et/ou plusieurs EPCI. Ce type de regroupement entraîne la création d'une nouvelle définition d'un territoire et donc la nécessité de le décrire, de l'expliquer, et de faire en sorte que les habitants aient conscience des missions et de l'identité du nouvel EPCI. Cet objectif est obligatoirement en lien avec la communication, ce qui explique que le patrimoine fait partie des stratégies de communication d'un EPCI : elle garantit ainsi la bonne transmission d'un héritage commun. Communiquer sur cet aspect permet de promouvoir l'identité de l'EPCI mais aussi de le légitimer encore plus en montrant qu'il remplit ses fonctions.

Suite aux explications générales précédentes, nous nous attacherons à présent à étudier les logiques au sein d'une communauté d'agglomération.

a.2 | Créer du consensus

En parallèle de ce rôle de transmission et de communication, l'un des objectifs évidents d'une communauté d'agglomération autour de son patrimoine est de créer du consensus autour d'un même patrimoine qui serait reconnu comme tel.

En plus de celui « donné » évoqué par Davallon, il est donc nécessaire de prendre en compte la patrimonialisation des objets, c'est-à-dire le processus par lequel certains deviennent patrimoine. Créer du consensus repose alors sur une base objective : en effet, décréter qu'un objet est patrimoine ne se fait pas au hasard, sans quoi n'importe quel objet pourrait l'être. Plusieurs « gestes » sont ainsi définis pour attribuer le statut de patrimoine (Davallon, 2012) : le premier est celui de « l'intérêt porté à l'objet par un collectif ou un groupe social ». Paradoxalement, cette première étape est plus subjective qu'objective puisque l'intérêt se traduit par un ressenti de l'objet qui amène le collectif ou le groupe social à lui attribuer une valeur. L'intérêt ne s'explique donc pas pour Davallon mais relève de quelque chose d'insaisissable, comme une intuition que l'objet a quelque chose en plus. Le deuxième geste est « la production de savoir sur l'objet et son monde d'origine ». C'est en correspondance avec ce geste que nous évoquons l'objectivité. On attribue ici une valeur scientifique à l'objet en posant un regard historique dessus. Cette logique veut que pour transmettre des connaissances il faut avoir établi les savoirs en préalable, comme cela a été fait pour les collections du musée du lac de Paladru, issues des fouilles archéologiques menées dans le lac pendant plusieurs dizaines d'années. Le troisième geste est celui de la « déclaration du statut de patrimoine ». Davallon explique que la forme de déclaration peut varier mais que dans tous les cas, c'est à partir de ce moment que l'objet est officiellement patrimoine et se voit attribuer les objectifs de conservation, de mise à disposition et de transmission.

Les deux gestes précédent sont ainsi tournés vers ces objectifs. Le quatrième geste permet « l'accès du collectif à l'objet patrimonial », ce qui lui revient de plein droit dans la mesure où il est bénéficiaire du patrimoine. Cela met l'accent sur le fait que le patrimoine n'est pas un objet de consommation et que la participation financière du public consiste en un « contre-don » (Davallon, 2006) : une telle contribution légitime participe de la conservation et de la transmission du patrimoine. L'accès est organisé et peut se faire via une exposition par exemple. Le dernier geste correspond à la « transmission aux

générations futures », ce qui inscrit de façon qui se veut définitive l'objet nouvellement patrimonial dans le temps.

Cette façon de statuer le patrimoine consiste en une forme d'institutionnalisation. De plus, ce sont des acteurs ayant un statut institutionnel qui sont légitimes aux yeux du collectif pour organiser et gérer ce patrimoine. Par conséquent, après avoir reconnu son patrimoine, la communauté d'agglomération organise ses actions autour de ce statut de sorte à obtenir un patrimoine global reconnaissable. En effet, la communauté d'agglomération possède plusieurs outils à différentes échelles pour faire connaître ou reconnaître son patrimoine.

Tout d'abord, outre le patrimoine qu'elle gère, la communauté d'agglomération a aussi une fonction de conseil ou d'aide auprès des autres acteurs du territoire comme les associations du patrimoine. Elle est en effet plus légitime que l'État dans le soutien financier des projets patrimoniaux sur son propre territoire (Béru, 2005). Cela passe évidemment par l'attribution de subventions, mais aussi par l'établissement de diagnostics auxquels peut participer la communauté d'agglomération via son service Ville ou Pays d'art et d'histoire par exemple, si elle en a un. Dans les deux cas, la communauté a un rôle important dans l'application de sa politique en matière de patrimoine : décider d'aider ou non tel ou tel projet renforce le patrimoine dont elle a la charge car elle met en place un ensemble homogène sur son territoire. Par exemple, les expositions de la Grange Dîmière sont tournées vers la céramique car c'est un matériau caractéristique historiquement parlant du Pays Voironnais, notamment autour du lac de Paladru vers lequel se situe la Grange.

Concernant le patrimoine qu'elle gère, la communauté d'agglomération a de nombreuses possibilités pour le valoriser. Du label au classement, n'importe quelle communauté peut y prétendre dans la mesure où son patrimoine en a le statut et qu'elle concrétise les objectifs cités précédemment. Ces classements ou labels peuvent être demandés aussi bien à l'échelle départementale, régionale que nationale, voire européenne ou mondiale. Un même territoire peut ainsi comprendre aussi bien des parcs nationaux, naturels régionaux, que des monuments historiques, ou encore des labels comme Villes et pays d'art et d'histoire qui est un label national. Une fois encore, la communauté vise à créer un consensus autour du patrimoine qu'elle gère en y ajoutant une plus-value reconnue par des acteurs extérieurs au territoire. À noter toutefois que ces moyens de reconnaissance peuvent aussi exister avant la création de la communauté d'agglomération, ce qui dans ce

cas conforte toujours l'idée qu'un consensus peut être créé cette fois-ci en s'appuyant sur ce qui est déjà fait.

Le dernier exemple dont nous souhaitons parler est celui de l'inventaire général du patrimoine culturel⁹. Créé en 1964 par André Malraux et d'abord traité au niveau national, il est décentralisé au niveau régional en 2005. Dépendant toujours de normes et du contrôle de l'État, l'inventaire du patrimoine peut être délégué aux communes ou à leurs groupements en accord avec la région dont elles dépendent. La communauté du Pays Voironnais a ainsi réalisé un inventaire en lien avec le département de l'Isère grâce à son label « Pays d'art et d'histoire ». La volonté de créer du consensus est présente : avec l'aide des habitants, de spécialistes et professionnels, le Pays Voironnais propose un état des lieux scientifique de son patrimoine — ce qui n'est pas sans rappeler la production de savoirs nécessaire à la reconnaissance d'un patrimoine, par thématique, favorisant ainsi une certaine homogénéisation patrimoniale sur son territoire. Ici, le patrimoine a pour fonction de caractériser le territoire, ce que nous développerons lors de l'étude du patrimoine en termes de compétence politique et de service public.

a.3 | Le patrimoine culturel en communauté d'agglomération

Jusqu'à présent, nous avons recensé deux types de patrimoine dont une communauté d'agglomération peut être détentrice : le patrimoine donné, légué, et le patrimoine reconnu officiellement comme tel par l'intérêt que lui porte un collectif ou un groupe social.

Bien que ces patrimoines ne le soient pas de la même façon, ils sont considérés de la même façon par la communauté d'agglomération. Toutefois un paramètre supplémentaire entre en ligne de compte dans le choix de ces patrimoines et la façon dont ils sont mis à disposition et transmis : le rapport à l'usage. Michel Rautenberg (2003) fait un parallèle entre ce patrimoine acquis, objet de politiques publiques, et les formes de patrimoine valorisées par la population : habitants, associations, ..., pour lesquels l'implication dans un projet de patrimonialisation ne saurait être possible sans un « intérêt économique, social, environnemental » bénéfique « à leur vie quotidienne ». On parle ainsi de rapport à l'usage: « sans usage, fermes et jardins, dont la temporalité est celle du quotidien, peuvent disparaître », ce qui amène voire oblige les communautés d'agglomération à extraire ces

⁹ <http://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Inventaire-general-du-patrimoine-culturel>

objets patrimoniaux de leur temporalité passée, leur contexte premier, pour les utiliser d'une autre façon dans le présent, en somme : de les interpréter. Cela explique à la fois que le patrimoine culturel ait une utilité plus ou moins différente de celle d'origine pour redéfinir son propre usage et les usages du public ; mais cela explique surtout que le patrimoine d'une communauté d'agglomération repose systématiquement sur un principe de matérialité, c'est-à-dire que l'objet est matériel, visible et palpable, ne serait-ce que via un musée pour une collection archéologique par exemple.

À notre sens, cela a pour conséquence que la majorité des équipements gérés par une communauté d'agglomération soient matérialisés et issus d'un « patrimoine établi », pour reprendre l'expression de Davallon. Le patrimoine établi est celui qui a toujours été, légitime, pour lequel l'intérêt et la valeur sont reconnus par le collectif, et que l'on peut rapprocher de ce qui est considéré habituellement comme une culture élitiste et officielle : art, musique classique, ... Évidemment, le patrimoine culturel d'une communauté d'agglomération ne correspond pas à ce type de culture mais suit la même logique : ce qui est reconnu, c'est ce qui est légitime, et cela correspond dans la société à l'art, la musique, puis ce qui est communément compris comme patrimoine, le bâti, l'architecture. De fait, tout ce patrimoine est présenté via des musées et les monuments historiques sont réhabilités via une exposition d'art, une exposition sur un autre objet patrimonial du territoire ou sur leur propre histoire, ... Tout est bien matérialisé et demande à être communiqué.

L'analyse de différents sites officiels et de tourisme de communautés d'agglomération¹⁰ témoigne de cette logique qui repose sur une interprétation matérielle d'un patrimoine établi. En effet, la majorité de ces communautés exerce une compétence culturelle et gère ou soutient des équipements culturels dont la plupart sont des musées ou des monuments classés. Nombre de ces équipements sont des salles de spectacle vivant comme les théâtres : si l'on ne peut les considérer comme patrimoine culturel, à moins qu'ils ne prennent place dans un monument historique, on constate que ces salles sont souvent reconnues au sein et au-delà du territoire ou que les théâtres sont anciens et ancrés dans la vie quotidienne. Quoi qu'il en soit, parmi le peu d'équipements patrimoniaux gérés par une

¹⁰ voir annexe 5

communauté d'agglomération par rapport aux équipements culturels, la majorité fait partie d'un patrimoine établi et légitimé. La communication faite autour de ce patrimoine est donc essentielle car elle permet à la population de connaître l'action publique et le patrimoine qui est mis à sa disposition dont elle est bénéficiaire.

Concernant cette mise à disposition, le patrimoine est interprété de différentes façons : selon un regard historique, sur la vie d'un artiste par exemple ; un nouvel usage — la Grange Dîmière devient un lieu d'exposition et l'Hôtel-Dieu du Puy-en-Velay un musée et un centre des congrès ; ou il est simplement exposé. Les actions culturelles sont alors des ateliers, des balades, des conférences, des visites guidées, l'ensemble étant directement lié à l'équipement, son histoire ou son usage.

Le Pays Voironnais est singulier en cela qu'il possède une richesse patrimoniale importante avec trois équipements et un label ; il est ainsi la seule communauté d'agglomération que nous avons étudiée à s'ouvrir vers le patrimoine nouveau, qui s'inscrit dans la continuité du patrimoine établi. Peu admis en tant que tel, ce patrimoine concerne des périodes souvent plus récentes comme l'ère industrielle et est plus susceptible d'être immatériel. Le Pays Voironnais touche ce patrimoine nouveau grâce au Pays d'art et d'histoire qui ne concerne pas un équipement ni un lieu précis mais un territoire tout entier. Les actions sont alors plus variées et leur contenu en particulier concerne une plus grande diversité d'objets patrimoniaux, des traces de l'époque médiévale dans une ville à une lecture de paysage.

L'institutionnalisation du patrimoine a donc un objectif double : faire consensus et légitimer le rôle d'une communauté d'agglomération. Son processus est scientifique et la communauté s'engage à mettre à disposition et à transmettre ce patrimoine via différentes actions qui sont sujettes à être communiquées, en plus de la communication autour des équipements ou entités en elles-mêmes. En dépendant ainsi d'un acteur politique, le patrimoine culturel est considéré comme un objet notamment de communication de deux façons différentes : à travers une compétence politique et en tant que services aux publics.

B. Le patrimoine culturel à travers une compétence politique

b.1 | Un devoir de mémoire

Comme évoqué précédemment, un regroupement comme une communauté d'agglomération a une mission de conservation et de sauvegarde à partir du moment où elle est détentrice d'un patrimoine. Elle suit la même logique qu'un particulier qui se verrait attribuer un patrimoine personnel.

Au-delà des termes de conservation et de sauvegarde, il nous semble que l'on peut aller jusqu'à parler de devoir de mémoire pour un représentant comme une communauté d'agglomération. De la même façon que l'on commémore des dates historiques marquantes comme la fin de la Deuxième guerre mondiale, on ne doit pas oublier ce qui a construit un territoire, ici celui d'une communauté d'agglomération, et fait qu'il est différent d'un autre. On cherche alors en quelque sorte à commémorer ces éléments caractéristiques et identitaires, on restaure et on réhabilite pour participer d'une mémoire collective. La liste d'autorité et les concordances réalisées d'après l'analyse de contenu effectuée sur le Mag' du Pays Voironnais témoignent de ce discours : en tête de liste, le patrimoine est un témoin de l'histoire du territoire et caractérise de fait ce dernier.

Ce devoir de mémoire s'appuie ainsi sur une dimension symbolique. Le patrimoine ne peut pas être présenté comme tel, sans interprétation ni médiation ; il est pensé en rapport avec ce qu'il représente dans le présent. D'une certaine manière, on part de l'objet passé pour comprendre quelle est sa symbolique présente ; la Grange Dîmière servait à récolter la dîme à l'époque des moines Chartreux ? Elle est donc l'ancienne dépendance de ces moines et sera valorisée de cette façon à travers des visites, des lectures du paysage ou encore des balades dont le thème est les moines Chartreux.

L'attachement au passé est flagrant et l'interprétation du patrimoine dépend de son passé. La symbolique est telle que l'on tente de faire vivre le passé à travers le présent. L'Hôtel-Dieu du Puy-en-Velay est lié au pèlerinage de Saint-Jacques de Compostelle et accueillait les malades et les plus démunis ; aujourd'hui, en plus d'être un lieu d'art et un centre des congrès, il est un musée interactif qui présente son histoire et celle de la ville. L'Hôtel-Dieu conserve sa fonction d'accueil mais dans un objectif de transmission.

Sur un aspect communicationnel, mémoire et symbolique entraînent une mission d'information. N'oublions pas que ce rapport au passé est avant tout politique : pris en compte dans une compétence, la mémoire collective apparaît avant tout comme un moyen d'identifier le territoire. Pour reprendre l'exemple de l'inventaire du patrimoine, une fois cette action de mobilisation des connaissances d'un territoire mise à disposition, l'objectif est de partager mais aussi d'informer les habitants en leur expliquant « il y a tel ou tel objet sur notre territoire, vous les trouverez ou non à tel ou tel endroit ».

Les compétences de sauvegarde et de conservation nous apparaissent ainsi dans les faits plus proches de missions informationnelles ; même si la médiation prime, la finalité pour une communauté d'agglomération lorsqu'elle gère un patrimoine est de faire en sorte que le passé ne tombe pas dans l'oubli, ce qui passe d'abord par une mission répétitive d'information et de rappel de l'existence de ce patrimoine.

Ce devoir de mémoire ainsi que tout ce qu'il entraîne favorise une prise de compétence au niveau du patrimoine et de la culture, et vice versa.

b.2 | Une reconfiguration de l'organisation interne

La prise de compétence politique et ce devoir de mémoire entraînent une reconfiguration en interne de l'organisation des communautés d'agglomération au niveau du patrimoine culturel, voire de la culture.

En effet, comme l'action culturelle précède souvent la compétence culturelle, la prise d'une telle compétence entraîne aussi bien des transferts de compétences que des transferts de postes. À partir de ce moment, il faut apprendre à travailler avec de nouvelles personnes, parfois dans une nouvelle structure, et le patrimoine demande notamment de la transversalité : d'une part parce qu'il a la particularité d'être un élément de la culture tout en étant indépendant, et d'autre part parce qu'il multiplie les relations entre différents acteurs. Cela va de pair avec la nécessité de mettre en réseau les projets pour mener à bien les missions liées à la compétence.

En effet, les agents et les élus doivent travailler ensemble pour remplir les objectifs des missions et s'accorder, sans quoi les projets sont bloqués au niveau organisationnel. Marie-Lys Courel explique à travers différentes discussions qu'une mise en réseau n'est pas seulement technocratique comme on pourrait le penser. Elle est nécessaire pour créer un ensemble qui résulte de la volonté politique et humaine, de sorte que le réseau soit voulu et vécu. L'utilisation d'un outil commun complète l'aspect technique de la mise en réseau. En somme, pour mener des projets autour du patrimoine, il faut d'abord donner envie aux agents en leur donnant les moyens de les concrétiser. Cela amène à un problème propre au patrimoine et à la culture en général que souligne [nom] :

« Déjà le champ culturel c'est un champ de fleurs. Il y a énormément de variétés de fleurs, et là il y a une grande variété de perceptions, de comportements, de personnalités, et on est toujours, et ça c'est un point faible, on est dans un domaine dans lequel il faut avancer prudemment quand on parle aux acteurs, parce que c'est pas l'eau et l'assainissement, c'est pas les transports, c'est pas le traitement des ordures ménagères, c'est bien plus sensible que ça. »

La culture et le patrimoine touchent la sensibilité des publics et cela se répercute sur les agents, à la fois public, individu et agent, qui s'investissent dans leurs missions car ils ont une certaine vision de ce qu'elles sont et doivent être. Une prise de compétence au niveau politique amène à résoudre ou du moins à adoucir ces tensions qui peuvent constituer des freins. [Nom] ajoute ensuite que l'on ne peut pas forcer quelqu'un à faire quelque chose en matière de culture et de patrimoine s'il n'est pas persuadé et convaincu. Les relations internes et la mise en place du patrimoine demandent du temps pour s'organiser et cela fait partie du développement de la compétence politique.

Cela a des conséquences au niveau de la communication interne. Multiplicité des interlocuteurs, des missions : il n'est pas facile de se retrouver à partir du moment où la transversalité entre en jeu. Nous l'avons évoqué, le patrimoine est logiquement en lien avec de nombreux autres services comme le tourisme ou le juridique. Chaque service possède son propre fonctionnement, ses propres règles et connaissances et « faire la navette » entre chacun demande de l'organisation. Le patrimoine en Pays Voironnais par exemple est complexe à saisir pour les autres services, du fait de la multiplicité de ses

équipements et de ses différentes équipes internes à l'équipe même du service patrimoine culturel ; ou encore, la communauté d'agglomération de Laval soutient la culture et le patrimoine qui est géré par la ville de Laval, ce qui fait que le théâtre est géré par la ville mais sa gestion immobilière dépend de la communauté d'agglomération, qui gère aussi l'office de tourisme. La communauté a donc des rôles différents mais importants au niveau de la culture et du patrimoine.

Autant d'organisations possibles qui sont difficiles à saisir en interne mais qui sont pourtant reconnaissables au niveau de la communication externe. Dans l'analyse des sites web officiels, de l'office de tourisme ou des équipements des communautés d'agglomération, chaque rôle est bien défini. Les chartes graphiques permettent au premier coup d'oeil de reconnaître les sites officiels et de faire un lien avec les sites d'office de tourisme dont les chartes sont pourtant très différentes globalement ; lien qui est beaucoup moins évident pour les différents équipements. Cela s'explique parce que peu de communautés d'agglomération sont propriétaires d'équipements patrimoniaux et même s'il est possible qu'elles les soutiennent financièrement, elles n'apparaîtront que dans les partenaires de ces équipements.

Les discours communicationnels s'organisent de cette façon : les sites officiels des communautés sont autant tournés vers le patrimoine que vers la culture mais par un biais politique, c'est-à-dire qu'ils présentent les missions, les services, etc. Les sites des offices de tourisme remplissent leur fonction car ils mettent en avant ce qui constitue le territoire, c'est-à-dire le patrimoine plutôt que la culture si l'on compare le nombre de rubriques dédiées au patrimoine et à la culture. Le patrimoine représente deux fois plus de rubriques que la culture. A contrario, elle est l'objet de la majorité des sites d'équipements en lien avec une communauté d'agglomération. Les rôles sont donc bien répartis de façon claire à ce niveau.

La réorganisation des services joue un rôle important dans l'organisation du patrimoine dans une communauté d'agglomération car elle a une influence sur cet objet qui s'étend jusqu'à la communication externe.

b.3 | L'attractivité du territoire au coeur des politiques

L'organisation du patrimoine en interne et le devoir de mémoire qui motive une prise de compétence culturelle et vice versa conduit la communauté d'agglomération à considérer le patrimoine comme un objet à des fins politiques.

Une des finalités d'une communauté d'agglomération est de rendre attractif son territoire à différentes échelles afin de développer la démographie et l'économie. Ce développement se justifie par la notion d'attractivité car même s'il est en lien avec d'autres organisations, un territoire fait face à la concurrence d'autres territoires à proximité comme c'est le cas entre le Pays Voironnais et Grenoble Alpes Métropole.

Entre politiques d'aménagement et politiques culturelles, le patrimoine est un objet transversal qui permet de valoriser le territoire. Les objectifs sont différents de ceux de conservation qui valorisent le patrimoine puis le territoire. Ici, c'est le patrimoine qui apporte une plus-value au territoire : on parle ainsi de patrimoine « remarquable », de « richesses patrimoniales structurantes », ce qui témoigne de l'importance donnée par le pouvoir politique qui utilise ces termes dans différents textes officiels ou dans le magazine institutionnel, etc.

Par conséquent, le patrimoine est lui-même valorisé pour servir au développement du territoire aussi bien matériel — réaménagement — qu'immatériel — image que l'on donne. Ces actions sont donc différentes de la restauration et de la réhabilitation qui servent des missions de sauvegarde. Cela est visible dans le Mag' du Pays Voironnais : le corpus étudié distingue le patrimoine comme objet de sauvegarde (20% du corpus) et comme objet de développement (27% du corpus). Bien entendu, ces deux fonctions sont particulièrement liées mais leur finalité diffère.

Un article concernant l'Observatoire des paysages du Pays Voironnais a attiré notre attention dans le Mag' : réalisé avec le Pays d'art et d'histoire, il met bien en avant le patrimoine avec l'évolution des paysages. Cependant, la communauté d'agglomération en parle ainsi : « un observatoire du paysage permet, à l'aide d'un fonds photographique constitué à intervalles réguliers, d'analyser l'évolution des espaces et de déterminer les

conséquences des politiques d'aménagement sur le territoire »¹¹. Puisque cet observatoire est mis en place avec le patrimoine, ce dernier devient un objet de développement. À noter que comme l'inventaire du patrimoine, cet observatoire a aussi pour mission d'informer les habitants sur leur territoire puisque le projet leur est expliqué. La communauté d'agglomération définit ce qui est utile pour valoriser le territoire et le communique à ses habitants.

Bandeau « Perspective paysages », capture d'écran du Mag' n°253, p.8

Fig.3

Ce discours se retrouve également sur les sites d'office de tourisme qui sont alors le principal outil pour parler du patrimoine. En mettant en avant le caractère unique de son patrimoine, chaque office montre ce qui forge le territoire et le démarque des autres. Montrer le soin donné au patrimoine par des opérations d'aménagement met en avant le côté remarquable voire essentiel du patrimoine et participe de l'attractivité du territoire.

En résumé, le patrimoine à travers une compétence politique a une fonction essentielle : celui d'être un objet d'attractivité du territoire, aussi bien dans l'image qu'il renvoie que dans le développement économique de ce territoire. Cette fonction est en lien direct avec le devoir de mémoire, mission à l'origine du patrimoine pour une communauté d'agglomération si l'on en croit sa définition.

C. Le patrimoine culturel en tant que service aux publics

c.1 | L'attractivité du territoire auprès des publics

Si l'attractivité du territoire a un rôle de développement économique, le rôle démographique est aussi important. Sans habitants, pas de vie sur le territoire et donc pas de développement, et la plupart des communautés d'agglomération font face à des problèmes de baisses démographiques ou encore de « ville/village dortoir » à cause des migrations pendulaires.

¹¹ Mag' de mai 2017, n°253.

Pour renverser cette tendance, la communauté d'agglomération doit attirer, plaire à la population locale, ici l'habitant ou le potentiel/futur habitant, « local » pouvant aller jusqu'à une échelle régionale — voire nationale pour des EPCI majeurs. La communauté mise alors sur des facteurs améliorant la qualité de vie, comme la gestion de la pollution de l'air, un bon réseau de traitement des déchets, un réseau de lecture publique, ... Plus qu'une question de compétence, c'est du rôle de la communauté que d'offrir aux habitants des conditions de vie optimisées, ce que met en relation [nom] :

« Pourquoi est-ce qu'on fait tout ça. Parce qu'avant tout on est des politiques et que les politiques ils sont là pour donner aux habitants d'un territoire des conditions de vie qui sont tant qu'à faire les meilleures possibles. [...] Ça c'est ce qu'on appelle l'attractivité d'un territoire en politique. Le territoire il faut qu'il reste attractif pour que sa population reste, d'abord demeure sur le territoire sinon elle s'en va, elle n'est pas idiote, elle va faire sa vie ailleurs ; et puis que les gens qui sont sur le territoire aient vraiment un plaisir à l'habiter. »

La qualité de vie va de pair avec l'offre culturelle du territoire. Le rôle d'une communauté d'agglomération est aussi de rendre accessible les richesses culturelles et patrimoniales du territoire. [Nom] affirme :

« Je pense que ça participe aussi de la qualité de vie, quand tu vis sur le territoire, de pouvoir accéder à des spectacles, à aller dans les bibliothèques, pouvoir aller voir une expo, enfin c'est... C'est utile pour les habitants, et ça rend disons leur vie plus agréable. »

« Plus agréable » car il y a « quelque chose » à faire sur le territoire, à découvrir, à montrer aux enfants, etc. La communauté d'agglomération doit donc s'assurer que tous ces équipements sont bien accessibles et cela sous-entend une communication efficace auprès des habitants mais aussi auprès des touristes, qui sont une autre forme de public qui peut être attirée sur le territoire. C'est ce que constate [nom] :

« Finalement, tu vois, tu vas aller je sais pas où visiter des trucs, et finalement vers chez toi tu sais même pas qu'il y a la Grange Dîmière alors que peut-être que tu vas dans une autre commune de France, voire à l'étranger et c'est typiquement le genre de trucs que tu vas visiter.

Effectivement... Il y a une valorisation à la fois au niveau du public Pays Voironnais et par rapport au tourisme. »

La qualité de vie est aussi un critère de développement du territoire. En termes de communication, il n'est pas évident de traduire cet aspect d'attractivité autrement que par le tourisme ou via les agendas culturels, les flyers ponctuels, etc. Le discours valorisant prouve que le territoire est en mouvement et qu'il possède des équipements divers et variés. Le patrimoine a alors cette fonction de faire partie du paysage et de l'action culturelle du territoire. Il est la preuve que la communauté s'engage, remplit son rôle et se montre attentive aux attentes et au bien-être de ses habitants. Le patrimoine participe de l'image d'un territoire accueillant.

c.2 | Faire découvrir le patrimoine culturel

Cet objectif politique d'offrir une qualité de vie agréable aux habitants et une qualité de séjour riche aux touristes engendre une nouvelle fonction du patrimoine : être un objet singulier de découverte.

Cette fonction s'assimile à l'un des objectifs inhérents au patrimoine en tant que service aux publics : le rendre accessible et donc le faire découvrir. De façon élémentaire, cela commence par inviter les individus à venir découvrir le patrimoine, donc à leur donner envie et à les inciter à avoir un autre regard sur leur propre territoire. L'objet n'est pas laissé au hasard puisqu'une nouvelle fois on invite le public à s'intéresser à ce qui caractérise le territoire ; il y a donc bien une dimension politico-sociale pour ce patrimoine en tant que service aux publics.

Faire découvrir le patrimoine invite à communiquer d'une façon particulière autour du seul territoire qui ne comprend que lui-même et son patrimoine en lien avec des objets qui ont une valeur haute et reconnue ; par exemple, l'objet central de l'office de tourisme du Puy-en-Velay est le patrimoine mais vu par le biais du statut de Capitale Européenne des Chemins de Saint-Jacques de Compostelle attribué au Puy. Donner envie au public nécessite de valoriser le caractère unique du patrimoine de leur territoire. Dans les

discours, on constate que « découvrir » et « caractère unique » sont complémentaires¹² : dans le Mag' du Pays Voironnais, 33% des textes sur une période de six mois consistent à inciter et donner envie de venir vers le patrimoine, répartis entre la rubrique « agenda et culture » et la rubrique « actus ». Seulement 13% des textes présentent le patrimoine comme un objet à découvrir en le valorisant et en le rendant accessible. Notons que les rubriques sont plus diversifiées que celles pour « découvrir » et « caractère unique » : « la rétro en images », « ils font le Pays Voironnais », « actus », « en bref », « la communauté à votre service », « dossier » : le patrimoine est bel et bien présent au sein du territoire.

Valoriser la singularité du patrimoine amènent les offices de tourisme à adopter une stratégie communicationnelle à la fois discrète et omniprésente, c'est-à-dire que le patrimoine figure dans de nombreuses rubriques mais que le ton n'est pas emphatique. Le patrimoine est évoqué simplement, comme s'il était normal qu'il soit « remarquable », dans un « top 10 » des choses à faire et à découvrir, « exceptionnel » ou encore « spectaculaire ». Ce sont autant de mélioratifs qui visent à singulariser le patrimoine et qui font qu'il se démarque des autres, sans compter que les offices de tourisme misent sur la qualité et la beauté des documents iconographiques. En parallèle de l'office de tourisme, rappelons le rôle d'Apidae, plateforme collaborative qui permet de saisir des fiches événements en donnant toutes les informations nécessaires et en communiquant sur l'événement. Cet outil utilisé aussi bien par les offices de tourisme que la presse ou d'autres acteurs du tourisme permet de tenir le discours que l'on souhaite sur l'événement, discours qui a pour principal objectif de susciter l'intérêt.

Capture d'écran de la page d'accueil du site de l'Office de Tourisme de Loire-Foréz Agglo

Fig.4

Le patrimoine d'un territoire est donc singulier et il faut l'entretenir comme tel dans les esprits en le valorisant régulièrement. On retrouve alors la fonction d'information si l'on prend en compte tout ce qui relève des aspects pratiques comme des horaires d'ouverture, ou une adresse. Outre les offices de tourisme, les réseaux sociaux et notamment Facebook sont utilisés, souvent en relai de l'office de tourisme ou des pages personnelles des

¹² voir annexe 4

équipements. Utiliser des moyens de communication fréquentés par les publics permet d'attirer leur regard, un habitant du territoire n'allant pas systématiquement sur le site de l'office de tourisme. De ce point de vue, la communication des événements dans les agendas culturels de la presse a aussi son importance.

Finalement, le patrimoine en tant qu'objet de découverte place le public au coeur des actions menées en ce sens car on cherche à l'intéresser, à attirer son regard. Davallon (2006) parle d'usage culturel : « les objets de patrimoine deviennent des moyens pour le visiteur de vivre une expérience singulière, que ce soit à travers la découverte qu'il en fait ou l'appréciation esthétique, sensible qu'il en a ». Une fois le patrimoine placé en tant qu'objet singulier, différentes façons de le découvrir lui sont rattachées. Des visites guidées aux événements ponctuels comme une lecture musicale, en passant par des événements nationaux comme les Journées Européennes du Patrimoine, des moyens de médiation eux aussi singuliers pour valoriser une singularité sont de mise. Nous ajoutons l'Éducation Artistique et Culturelle qui est souvent prise en compte par les communautés d'agglomération et qui permet au jeune public de découvrir, expérimenter, et aimer ces singularités.

De cette façon, le public est aussi incité à constater que le territoire sur lequel il se trouve possède des richesses patrimoniales indéniables. Une fois encore, le patrimoine est un objet de communication politique avant tout.

c.3 | Le patrimoine culturel comme vecteur d'identité

Les deux premières fonctions du patrimoine en tant que service aux publics, à savoir offre culturelle et qualité de vie, et découverte des richesses patrimoniales, se recoupent sur une même finalité : celle de faire du patrimoine un vecteur d'identité. Toujours en parallèle des objectifs politiques d'une communauté d'agglomération qui nous intéressent dans cette étude, après l'attractivité du territoire vient la construction d'une identité commune.

Cet objectif politique est primordial pour diffuser l'image d'un territoire fort, souvent hétérogène mais qui maîtrise les difficultés auxquelles il fait face, et la population a son

rôle à jouer dans cette image. L'objectif prend une dimension plus sociale dans le sens où habiter un même territoire nécessite d'être et de vivre ensemble. [Nom] explique :

« une société ce sont des gens qui se rencontrent, qui travaillent ensemble, qui ont des points de vue communs, qui savent débattre, argumenter, et rien de mieux que la culture et ce qu'elle peut présenter comme interface parfois dérangeante pour favoriser ce genre d'échange. L'école, c'est le métier de l'école que de former des citoyens intelligents, capables de se comprendre, la culture c'est un autre vecteur puissant, très puissant. »

C'est donc le fait que des individus doivent partager un territoire qui suggère que le territoire doit faire en sorte qu'ils puissent le partager. [Nom] ajoute que dans ce cas, culture et patrimoine permettent aussi de réduire les inégalités au sein du territoire en favorisant leur accès au plus grand nombre.

En somme, tout ce qui a été évoqué précédemment sur les différentes fonctions du patrimoine comme objet de communication au sein d'une communauté d'agglomération : accessibilité, historique, découverte, autre regard, etc, équivaut à valoriser le patrimoine en tant que critère singulier du territoire, donc ce qui fait le territoire ; dans cette logique, ce qui façonne le territoire est ce qui rassemble les habitants, donc ce qui leur est commun. Il semble ainsi cohérent que le patrimoine culturel ait cette fonction de vecteur d'identité par son omniprésence au sein des territoires. Même si les communautés d'agglomération ne gèrent pas tout des équipements ou des objets patrimoniaux il est alors de leur rôle de les prendre en compte.

Cette volonté de vivre ensemble se traduit à travers la communication faite sur le patrimoine. En effet, on ne peut pas tenir un discours direct et simple sur cette volonté, mais on peut créer un commun qui participe de la construction de sens via le patrimoine.

On se rapproche alors des techniques d'image de marque et de marketing territorial. Les communautés d'agglomération développent dans un premier temps une identité visuelle. Charte graphique et logo sont les principaux éléments de cette identité ; or, comme nous l'avons dit, le logo des équipements ou des objets patrimoniaux peut être différent de celui de la communauté d'agglomération. Dans ce cas, l'idéal est d'avoir une charte graphique

commune aux équipements gérés par la communauté ; s'ils sont gérés à un autre niveau, un rappel de la charte graphique peut aider à visualiser les compétences de la communauté. Comme nous l'avons déjà remarqué, ce sont souvent les logos qui apparaissent en pied de page ou dans la rubrique « partenaires » dans ce cas. Parmi les communautés d'agglomération étudiées, le Pays Voironnais possède la charte graphique la plus cadrée au niveau du patrimoine : elle est différente de celle de la communauté, c'est-à-dire que les couleurs ou les design général ne sont pas utilisés, mais toutes les équipements possèdent la même charte graphique — mis à part le Pays d'art et d'histoire qui rappelons-le dépend d'une charte nationale. Toutefois, pour que le public identifie l'action du Pays Voironnais, un bandeau défini graphiquement et qui porte la mention « culture Pays Voironnais » figure sur l'ensemble des documents de communication des entités.

Outre l'identité visuelle, certaines communautés d'agglomération ont recours au storytelling via leurs offices de tourisme. C'est le cas de celui du Puy-en-Velay autour de Saint-Jacques de Compostelle : l'ensemble de ses rubriques est consacré à ce pèlerinage et les termes utilisés sont sophistiqués. Le discours tenu est celui d'une ville au coeur du pèlerinage de Saint-Jacques, ce qui fait du Puy une ville d'exception sur le territoire. Cet office de tourisme peut d'ailleurs être critiqué car le site officiel de la communauté d'agglomération renvoie à ce site d'office de tourisme qui concerne seulement la ville du Puy-en-Velay. Un autre exemple encore plus pertinent est celui de Loire-Forez Agglo.

*Captures d'écran de la page d'accueil du site de l'Office de Tourisme de
Loire-Forez Agglo*

Fig. 5.1 et 5.2

Le site de son office de tourisme montre littéralement le territoire ; l'attachement au local est omniprésent à travers des rubriques comme « journal local : paroles d'habitants », « savoir-faire », « paysages », ou des hashtags comme « #rencontressincères ». Le discours est tourné vers le public aussi bien local que touristique et met en valeur l'ensemble du patrimoine matériel et immatériel du territoire. Cette communauté d'agglomération raconte donc bien une histoire sur son territoire, simple mais accueillant et riche en patrimoine culturel. Elle va même jusqu'à créer des partenariats avec des *influenceurs*, notamment des

blogueurs et des *instagrameurs* voyageurs. En terme d'identité, Loire-Foréz Agglo réussit à se démarquer des autres communautés d'agglomération de la région.

Par conséquent, le patrimoine est à la fois au coeur de la valorisation du territoire et un objet utilisé à des fins précises, ici la construction d'une identité. L'objectif est que la communauté soit reconnue quasi automatiquement, en plus de rassembler une population autour de ce qu'elle peut avoir en commun. Selon [nom], la communication externe a actuellement ce rôle de faire reconnaître la communauté d'agglomération si possible au premier coup d'oeil, d'où l'importance du visuel et de développer ce que possède le territoire comme le patrimoine culturel.

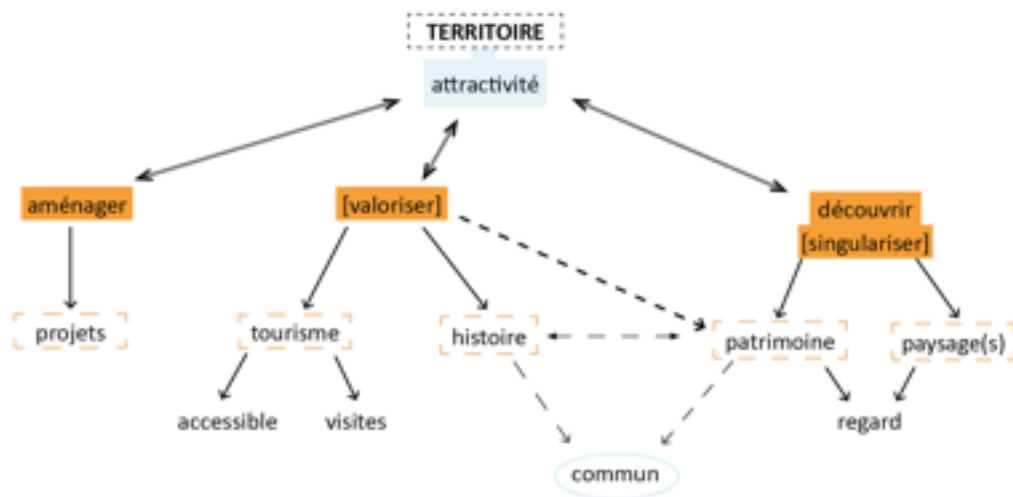


Schéma des concordances parmi la liste d'autorité d'après le corpus constitué du Mag' CAPI

Le schéma ci-dessus présente les termes à valeur générale mis en avant par la liste d'autorité obtenu lors de notre analyse de contenu. Si on les organise selon les concordances trouvées, on se rend compte que tous ces termes sont en lien direct et qu'ils résument bien les différentes fonctions attribuées au patrimoine par la communication politique. Cependant, il nous semble que ces fonctions sont bien axées sur le politique mais peu sur le et les publics dans le sens où on leur propose une offre culturelle et touristique sans s'inquiéter de sa réception. Une critique à ce niveau est donc justifiée et permettra de comprendre quels sont les freins communicationnels.

Chapitre 3 | La patrimonialisation, entre communication publique et communication politique : retour sur la notion de patrimoine culturel

Après avoir étudié le patrimoine en tant qu'objet de communication à travers le regard politique, il est intéressant d'élargir ce point de vue en reconsidérant le patrimoine dans une communauté d'agglomération. À partir d'une critique de l'institutionnalisation du patrimoine et de son usage au sein d'une communauté d'agglomération, nous tenterons de comprendre quels sont les freins à la communication d'un patrimoine. Une redéfinition de la notion de patrimoine pourrait être au fondement d'une réécriture des politiques de communication, afin de trouver un équilibre entre patrimoine et politique.

A. Critique de l'institutionnalisation du patrimoine culturel

a.1 | Un rôle prédominant pour une communauté d'agglomération

Au regard de ce que nous avons constaté dans le chapitre deux : la communauté d'agglomération a pour rôle de conserver, rendre accessible et transmettre le patrimoine et elle le fait par le biais politique du développement du territoire, nous nous interrogeons sur la manière d'utiliser la patrimonialisation et le patrimoine car c'est bien d'utilisation voire d'utilitarisme dont il s'agit.

Nous entendons par là que le patrimoine est bien considéré et valorisé mais seulement en tant qu'objet auquel on attribue un usage qui sert telle ou telle fin. Cette vision est assez restrictive pour un objet culturel mais elle transparaît dans les discours politiques. Au-delà d'une définition peu approfondie du patrimoine, la communication est aussi freinée car dépendante de façon évidente du politique. Les différents interrogés évoquent la communication de cette façon :

« Il y a plein de choses à améliorer, on ne touche pas tous les publics, mais ça c'est le problème de ce type de communication souvent, le public jeune est très peu touché [...] Tous les documents qui sortent sont chartés, tu respectes la charte graphique du Pays Voironnais, (...) c'est comme ça, elle est appliquée, on a fait un choix. (...) C'est ça qui permet d'identifier, qu'aujourd'hui les gens ils voient les petits carrés là, c'est Pays Voironnais.

Tout de suite l'attribution elle est automatique. Moi mon objectif et mon rôle c'est de m'assurer que l'identification est bien faite [...]. Ça c'est important. En tout cas l'objectif que je sers c'est celui-là. Juste que quand les gens voient un document ils se disent "ah bah tiens, ah bah les transports", ils voient les bus, "c'est Pays Voironnais". »

« Je pense que pour le public ce n'est pas lisible [en parlant de la communication du SPC]. Pas lisible pour le public du Pays Voironnais ni pour le public tourisme. Je pense que le tourisme ils en souffrent ça, on en avait parlé. Visiblement il y a beaucoup de documents, de grosses quantités de documents qui sont donnés, et ces documents ils partent pas. Donc ça pose question, ça interroge vraiment. C'est du gaspillage, ça manque d'efficacité. »

« Il y a dans la com classique, les flyers, les brochures, pff... les abribus, qui je trouve marchent très bien, mais je disais hier, pour revenir à la com culturelle ; les flyers et les brochures on en fait beaucoup trop, et ça c'est un truc... C'est pas has-been mais on a toujours pas inventé en tout cas un process plus fonctionnel, vraiment, on l'a pas. Par exemple les panneaux lumineux qu'on trouve dans les communes, c'est pas mal ça, dès qu'on renvoie à un écran, ça passe mieux. »

Si le patrimoine est vu comme un objet, la communication sur le patrimoine est vue comme un outil : elle a pour objectif d'atteindre différentes cibles via divers outils de communication, bien que critiqués, afin que la communauté d'agglomération, en l'occurrence le Pays Voironnais, soit identifiée.

Cette vision de la communication nous semble paradoxale car le public est au coeur des politiques de communication mais la relation entre communauté d'agglomération et public paraît unidirectionnelle. Cela remet en question la volonté de créer du consensus et du sens via le patrimoine : qui sait s'il fait consensus auprès du public ?

Le public a un rôle à jouer concernant le patrimoine reconnu par le collectif parce qu'il est justement reconnu par le public et que ce dernier est autant dépositaire et bénéficiaire que la communauté d'agglomération, à partir du moment où le patrimoine est décrété patrimoine — donné ou non. À partir de ce point, le problème serait que la communauté outrepasserait ses droits de représentation auprès du public comme le suggère Davallon (2006) : il y a une « différence entre l'enjeu symbolique que représente l'identification du

propriétaire abstrait (...) et l'enjeu politique que représente la définition de l'institution qui l'incarne. »

C'est en cela que l'on entend que le patrimoine se situe entre communication et publique et communication politique, parce que sa définition suggère qu'en appartenant à personne en particulier, il doit être traité d'une façon particulière. Le patrimoine est certes objet patrimonial mais l'objet patrimonial est moteur du patrimoine et ne peut être traité seulement comme un usage.

De plus, malgré le fait qu'une communauté d'agglomération soit légitime au niveau politique et au niveau du patrimoine, elle n'est pas forcément à l'origine de toutes les actions culturelles et les élus ne sont pas forcément les premiers à impulser des projets patrimoniaux. En effet, ce sont les agents sur le terrain qui connaissent mieux l'équipement — c'est le cas pour le musée archéologique du lac de Paladru et du label Pays d'art et d'histoire qui étaient gérés par une maison de pays avant d'être transférés au Pays Voironnais. Par conséquent, les décisions prises ne pourront pas systématiquement aboutir concrètement si les agents n'ont pas les moyens de le faire, et les propositions faites par les agents ne pourront pas toujours aboutir si elles ne sont pas acceptées par le pouvoir politique.

En somme, au niveau de la communication, l'institutionnalisation faite du patrimoine au sein d'une communauté d'agglomération décrète que ce patrimoine fait consensus et s'étonne que les publics locaux ne soient pas tous atteints. Or, il n'y a pas de remise en question d'un processus et d'un patrimoine établis depuis plusieurs années, ni de la communication qui en est faite. En d'autres termes, le traitement du patrimoine par une communauté d'agglomération est ancré dans l'organisation du territoire et l'on ne voit pas l'intérêt de modifier cette organisation qui a toujours fonctionné jusqu'ici, alors qu'il est possible qu'elle soit à l'origine d'une perte de vitesse de la communication faite autour du patrimoine, communication axée sur l'identité du territoire.

a.2 | Entre interprétation et réinterprétation

La remise en cause du rôle de la communauté d'agglomération par rapport au patrimoine amène à reconsidérer la valorisation du patrimoine qui résulte de ce rapport. D'un point de

vue utilitariste, étant donné que toutes les cibles ne sont pas atteintes, on peut se demander quel impact a la valorisation du patrimoine d'une communauté.

Une explication de l'absence de connaissance du patrimoine par le public est que ce patrimoine est traité de façon performative. A priori, le travail d'interprétation réalisé par la communauté d'agglomération est nécessaire pour rendre accessible le patrimoine du passé au public du présent. Cependant, Michel Rautenberg (2003) explique en parlant du patrimoine national que cette mise en accessibilité résulte d'« une lecture patrimoniale unique, homogène, elle a transformé ces lieux de culte populaires en un patrimoine “dur”, désocialisé, atemporel, dans lequel la majeure partie de la population, qui a parfois exprimé son mécontentement, ne s'est pas immédiatement retrouvée ».

Une telle homogénéité est évidemment directement liée à la fonction de vecteur d'identité du patrimoine. Le choix s'est porté sur un patrimoine reconnu donc qui fait obligatoirement consensus. Le plus souvent, ce patrimoine est choisi selon sa symbolique : château, église, ruines, tout un patrimoine matériel et à nouveau « établi ».

L'interprétation ne se fait ainsi qu'à travers la matérialité du patrimoine car il est plus facile de le faire reconnaître et imaginer en le montrant. Une mise en patrimoine performative interroge sur la présence du passé : est-il interprété de la meilleure façon qui soit en termes de transmission ? Xavier Kawa-Topor (2013) évoque ce problème : « performative, la mise en patrimoine l'est sans contexte dans sa capacité à réinterpréter, à façonner, à transformer la réalité des paysages, territoires urbains, ruraux, immatériels, les pratiques et les imaginaires collectifs et finalement les cadres temporels et spatiaux dans lesquels notre société se pense et agit. » Il est suggéré que la société, pourtant bénéficiaire du patrimoine, se voit restreindre ses propres capacités de représentation car la mise en patrimoine est pensée pour le commun mais surtout selon son « potentiel de développement ».

Si le public est effacé du processus de mise en patrimoine, il est possible en effet qu'il ne connaisse pas vraiment le patrimoine si ce n'est la représentation qu'on lui propose dans le présent, représentation qui est donc incomplète car le récepteur en est absent. Nous distinguons alors cette représentation qui correspond à une réinterprétation du patrimoine d'une véritable interprétation qui laisserait participer le récepteur.

Davallon (2006) définit deux mouvements en parlant des monuments historiques et qui peuvent s'appliquer au patrimoine en général : le premier est l'interprétation, c'est-à-dire que « la reconnaissance de la signification attendue par le producteur du monument n'existant plus, le récepteur [...] doit reconstituer un savoir pour comprendre ce qu'il voit ; un savoir qu'il va trouver, pour partie dans le monument lui-même, pour partie en dehors de lui ». Le deuxième mouvement est « l'émergence de la présence du monument historique dans le présent du récepteur. [...] Cette présence matérielle du monument historique en tant qu'objet l'installe comme témoignage dans le présent du récepteur ». S'ils correspondent aux gestes de la patrimonialisation évoqués en chapitre 2, on peut aussi comprendre que la relation entre patrimoine et récepteur — public — s'effectue par une première impression et une connaissance du patrimoine, puis par la matérialité interprétée du patrimoine. En somme, avant de s'immiscer dans la réinterprétation proposée par une communauté d'agglomération, le public devrait dans un premier temps pouvoir interpréter en « faisant connaissance » avec l'objet patrimonial.

Le fait que le récepteur soit oublié dans la patrimonialisation est à nuancer dans la mesure où le public a un rôle de plus en plus primordial dans les médiations autour du patrimoine, comme c'est le cas pour le Pays d'art et d'histoire où une activité est certes proposée autour d'un thème, mais elle est pensée pour le public qui est considéré comme actif.

En résumé, la communauté d'agglomération pourrait d'une part redéfinir sa notion d'interprétation en prenant du recul sur l'importance de la matérialité du patrimoine, et d'autre part redéfinir le statut du public et le prendre en compte dans sa mise en patrimoine et ses actions culturelles en tant que récepteur capable d'interpréter.

a.3 | Des actions en marge de l'historicité

Le problème d'interprétation analysé précédemment induit une question fondamentale à propos de la notion même de patrimoine.

L'interprétation peut être de qualité et correspondre aux attentes contemporaines, elle nécessite comme nous l'avons expliqué de sortir le patrimoine de son contexte premier pour l'intégrer dans un nouveau contexte à la temporalité différente. Ainsi, toutes les actions en lien avec ce patrimoine pour le valoriser et le faire découvrir reposent sur cette

temporalité qu'est le présent. La communauté d'agglomération et le public voient ainsi l'objet du présent vers le passé.

Le risque avec ce rapport est de « perdre » le patrimoine : il faut entendre par là qu'il sera difficile de le remettre en contexte malgré sa matérialité tellement son historicité est effacée, ou a minima moins mise en valeur que l'interprétation qu'on en a proposée. On s'interroge alors sur la valeur des actions menées : si elles sont trop pensées et mises en place d'après le présent, le public ne peut pas réellement savoir ce qu'a été le passé. La transmission de connaissances ne se fait que du présent vers le passé de façon non réciproque.

Le patrimoine sera ainsi reconnu comme « ancien » ou « passé » mais ce ne sera pas approfondi. Pourtant, la médiation contrebalance justement ce fait en faisant connaître le passé ; le problème est que tous les publics n'accèdent pas à cette médiation. [Nom] remarque :

« qu'est-ce que la culture, alors là on interroge l'homme de la rue, n'importe où, c'est sûr que si on lui dit, la culture c'est la bibliothèque, le musée, les beaux bâtiments — on va pas dire patrimoine parce que..., voilà, les bâtiments anciens, je ne sais pas quoi, le bâtiment ancien, le patrimoine va être coché, c'est sûr, je me fais pas de soucis. Pour tout le monde la culture aussi ça renvoie à l'histoire française, tout ce patrimoine bâti, flamboyant, tout à fait extraordinaire, donc sa conservation, sa valorisation. »

Il est mis en avant que n'importe quel individu peut reconnaître que quelque chose vient du passé et qu'il est reconnu en tant que tel, d'où sa conservation et sa valorisation. Mais cela montre aussi que l'appartenance au passé est un fait avéré qui n'a plus besoin d'être expliqué, d'où une perte de l'historicité du patrimoine. À trop questionner comment le rendre accessible, on risque de perdre l'objectif de le transmettre.

Xavier Kawa-Topor se demande si une mise en relation du développement d'un territoire et du patrimoine, en lien avec l'effacement du passé, ne mènerait pas à une standardisation du patrimoine par une « mise en tourisme » et une « banalisation des émotions ».

Prenons l'exemple de la Grange Dîmière. Le fait qu'elle soit un monument historique avec une histoire riche est acquis pour le public habitué ou les agents qui travaillent dans le service patrimoine culturel. Son historicité figure dans le programme de la saison par un résumé en dernière page, et un autre livret plus détaillé circule sur le territoire. Toutefois, sur le lieu de la Grange, aucune trace de son passé ne figure si ce n'est sa propre matérialité. Le classement n'est pas précisé et aucun panneau ou signalétique n'invite à s'intéresser à son histoire. De fait, le public de passage vient admirer la Grange reconnue dans le présent pour sa charpente et sa hauteur, ainsi que pour visiter l'exposition en place ; mais qu'est-ce que ce public saura de la Grange en partant ? À noter que le service patrimoine culturel est conscient de ce problème de transmission et de ce désintérêt du grand public pour l'histoire de cet édifice mais, d'un point de vue communicationnel, il se pose la mauvaise question en déplorant le fait que le public ne trouve plus d'intérêt dans le patrimoine, sans approfondir comment il pourrait faire lui pour comprendre cette perte d'intérêt.

Le musée Mainssieux quant à lui est un autre exemple révélateur : s'il a été reconnu en tant que tel et pour sa patrimonialité à une époque, aujourd'hui certains habitants, voisins, ne savent pas que le musée est un musée, ni qui est Lucien Mainssieux. En effet le musée se trouve intégré à d'autres bâtiments sans qu'on puisse le distinguer ; des efforts sont actuellement réalisés au niveau de la signalétique et un travail autour de la nouvelle exposition permanente met en lumière la vie de Lucien Mainssieux. Cette exposition sera inaugurée en septembre 2018. Le rapport passé-présent apparaît ici comme de plus en plus équilibré.

L'institutionnalisation du patrimoine est critiquable par le fait qu'elle s'appuie trop sur le patrimoine comme objet de développement et sur son interprétation dans le présent. Elle passe ainsi à côté d'éléments essentiels au patrimoine comme le récepteur ou le passé. Une redéfinition du patrimoine au sein d'une communauté d'agglomération serait un premier pas vers l'évolution des politiques de communication concernant le patrimoine.

B. Une redéfinition du patrimoine culturel pour une meilleure prise en compte dans les politiques de communication

b.1 | Entre passé et présent

Comme nous avons essayé de le mettre en lumière, la faille actuelle principale dans la mise en patrimoine institutionnelle est qu'elle repose sur la matérialité de l'objet. Le risque est que le présent prépondérant mène à des anachronismes et oublie l'essence même de l'objet : appartenir au passé. Ce rapport au présent s'explique justement par le fait qu'on doit rendre le passé attractif afin qu'il ne soit pas perçu comme « vieux », « poussiéreux ».

Or, intéresser le public par tous les moyens ne signifie pas pour autant qu'il faille effacer ce passé susceptible d'être ennuyeux et de le présenter par le prisme du présent. Au contraire, considérer le patrimoine comme étant un objet entre passé et présent, ce que la matérialité de l'objet aide à faire ressentir émotionnellement parlant, aiderait à renouveler la notion de patrimoine auprès du public et affaiblir l'idée reçue que ce passé est poussiéreux.

Intervient alors, au-delà de la valorisation de l'historicité, la notion d'authenticité qu'évoque Davallon en parallèle à l'idée que la matérialité crée une « rupture de mémoire » (2012) : « on va avoir une reconstitution d'un savoir sur cet objet. Les conséquences, c'est que la grande question, c'est l'authenticité, dans le cadre du patrimoine culturel matériel [...], le problème qui se pose, c'est la revivification mémorielle, c'est-à-dire que dans la société, il y a à nouveau en quelque sorte un intérêt de mémoire, qu'on considère cet objet comme étant un objet de mémoire ». Davallon complète par la suite : « “l'original” appartient irrémédiablement au passé tout en étant présent à travers ses manifestations. Mais, par le fait même, le savoir transmis “indique” aux hommes du présent (comme du futur) quel type de rapport ils “doivent” établir avec la manifestation, en tant qu'objet réel matérialisant ce qui fait patrimoine. »

Davallon suggère que la société ne doit pas réfuter l'authenticité d'un objet patrimonial dans sa mise en patrimoine mais il convient que les interprétations dans le présent sont nécessaires à une bonne mise en accessibilité. Les échanges entre passé et présent sont ainsi essentiels à la patrimonialisation car les deux temporalités sont intrinsèques au patrimoine.

Évidemment, nous n'avons pas de solutions en termes de médiation mais le recul face aux a priori sur le patrimoine et le rapport à l'authenticité de l'objet dans le présent amènent à constater que le patrimoine est de plus en plus relié à la sensibilité à la fois du groupe et à la fois de chaque individu du groupe. Cette sensibilité naît du fait qu'il n'y a pas de séparation entre passé et présent dans le patrimoine mais bien une continuité ; plus encore, Davallon (2006) parle de « temps unifié » en cela que présent et passé sont « rapprochés » voire unis par l'objet patrimonial. « La construction de la perspective temporelle patrimoniale utilise les sciences historiques et anthropologiques pour obtenir une représentation unifiée du temps et pour définir la position — le présent — de celui qui est en relation avec l'objet ». On comprend ainsi que le patrimoine mêle plusieurs critères aussi bien temporels et historiques qu'humains, d'où des difficultés pour le représenter et l'interpréter « fidèlement » dans le présent et une tendance à homogénéiser le temps plutôt que de le compresser. Davallon poursuit en expliquant que cette interprétation revient à mettre en scène le patrimoine, « à la fois totalement présent (dans sa présence matérielle) et irrémédiablement distant (par sa position dans le passé), familier et étranger, chez nous et ailleurs. Loin d'être une abolition de la distance du passé dans le présent, celle-ci est au contraire affirmée : sans elle, l'autre (le donataire originaire) n'existerait pas et l'objet n'aurait jamais pu faire l'objet d'un don » (p.199).

Redéfinir le patrimoine commence ainsi par redéfinir sa temporalité. L'idéal est d'affirmer son appartenance au passé et au présent à la fois et ne pas nier l'un ou l'autre pour valoriser l'aspect que l'on pense le plus important, dans le cas des communautés d'agglomération celui de rendre accessible dans le présent l'objet patrimonial au public qui serait désintéressé du patrimoine.

b.2 | Le lien social à l'origine du patrimoine culturel et de la patrimonialisation ?

Ce concept de continuité et de « compression » temporelle pour reprendre le terme de Davallon conduit à interroger une autre continuité : celle de la société, du groupe social. En effet, le patrimoine se transmet, c'est donc bien que le patrimoine culturel est voué à perdurer à travers les années et les évolutions sociétales.

On peut se demander si cet objectif est concrètement possible car les sociétés changent, on ne peut pas savoir de quelle façon sera transmis le patrimoine à travers le temps. C'est le lien entre les sociétés des différentes époques qui permet de rendre tangible un tel pari ; en effet, transmettre d'un groupe à un autre revient à créer du lien social entre les deux. Dans ce cas, l'origine de la mise en patrimoine ne serait pas de l'établir patrimoine pour conserver et transmettre un objet qui a de la valeur et du sens, mais de l'établir en lui attribuant un statut social qui serait reconnu à travers le temps et donc qui lierait les sociétés touchées par ce patrimoine.

L'inconvénient de cette définition du patrimoine comme le souligne Davallon (2006) est que « raisonner ainsi [...] reviendrait à prendre la métaphore en quelque sorte au pied de la lettre, en présupposant que ces schèmes de production de la relation dans le temps sont présentes dans toutes (?) les sociétés, en tant qu'*invariants sociaux* ». Cela est impossible car le patrimoine change moins que la société.

Cependant, on ne peut pas nier le fait que le patrimoine est un vecteur de lien social entre différentes époques. Il se traduirait ainsi dans une société présente par sa fonction de vecteur d'identité commune en tant que le patrimoine représente un lien qui perdure depuis plus ou moins longtemps. Toutefois, qu'en est-il du rapport du patrimoine à la culture présente de la société ? Si en général cette culture perdure aussi depuis un certain temps, correspond-elle au patrimoine transmis ? Un autre lien est ainsi créé entre culture et patrimoine, ce qui pourrait expliquer leurs positions assez différentes au sein d'une communauté d'agglomération — nous l'analyserons de façon plus précise dans le point suivant. Le patrimoine est donc aussi créateur de lien d'une société à elle-même sur ce qu'elle considère comme représentatif sur son territoire.

Si l'on ne peut parler d'« invariants sociaux », on peut se demander comme Davallon s'il n'existerait pas « des schèmes généraux de reproduction du lien social qui ne sont pas individuels mais sociaux » (p.192). Dans ce cas, le lien social est interrogé par rapport à deux groupes sociaux : « comment ne pas le couper de son enracinement culturel, tout en proposant une reconnaissance symbolique par les membres des autres cultures ? » (Davallon, 2014). Le patrimoine serait une façon de reconnaître une société en la caractérisant et l'on retrouve la fonction qu'attribue une communauté d'agglomération au patrimoine en tant qu'il est un objet qui caractérise le territoire à valoriser. Cependant,

ici, c'est bien le patrimoine qui est à l'origine d'un lien social et non une caractéristique d'un territoire qui est valorisée et donc qui crée du lien social.

La redéfinition du patrimoine repose ainsi sur une nuance avec la définition qui en est faite par une communauté d'agglomération. Celle-là voit le patrimoine comme un objet qu'elle utilise pour valoriser sa société, ce qui en soi est vrai ; toutefois, c'est parce qu'on a attribué une valeur à un objet qu'on pense qu'il doit être transmis pour montrer qu'on lui a attribué telle valeur à tel moment. En quelque sorte, on pensait d'abord à créer du lien avant la patrimonialisation, le patrimoine étant ainsi une conséquence de la volonté d'une société ou d'un groupe social de montrer aux autres sociétés présentes ou futures ce qu'une société considère comme ayant de la valeur à un moment x. Par conséquent, le patrimoine a une/des valeur(s) sociale(s) plus complexe(s) qu'il n'y paraît, toujours dans un rapport particulier entre passé et présent.

b.3 | Un rôle redéfini du patrimoine culturel au sein de la communauté d'agglomération

Finalement, d'après les schèmes sociaux définis ci-dessus, les communautés d'agglomération définissent le patrimoine de façon logique. Cependant, elles n'en font pas un usage qui correspond à cette définition précise où le patrimoine est lien social et entre passé et présent. Le biais politique ne peut être effacé mais il peut être reconstruit.

C'est ainsi le rôle de service aux publics qui nous semble devoir être reconsidéré à sa juste valeur. Redéfinir le patrimoine de façon à communiquer que tout le monde en est bénéficiaire et que ce n'est pas un simple plus pour une meilleure qualité de vie améliorerait l'objectif de toucher le plus de monde possible, si l'on considère les politiques publiques qui sont de toute façon essentielles. Cela amoindrirait le statut de communauté d'agglomération en tant que *pouvoir* politique, témoin d'une relation ascendante du politique vers le public ou de moins de la volonté de simplement dire « il y a ce patrimoine, venez ». La population se sentirait plus concernée par le patrimoine si elle en avait connaissance et qu'elle connaissait la définition. Des politiques comme l'Éducation Artistique et Culturelle (EAC) sont mises en place mais l'inconvénient est que de telles politiques ne s'adressent pas à tous les publics même si leurs missions le font. Ainsi, cette

EAC touche particulièrement les élèves du territoire qui sont certes des enfants et qui vont pouvoir parler de leurs activités à leurs parents, leur montrer ce qu'ils ont découvert, mais cela ne signifie pas pour autant que les parents seront sensibilisés et auront accès à ce qu'est le patrimoine ; « venir n'est pas revenir » comme l'affirme [nom].

Un autre aspect qui pourrait être amélioré pour redéfinir les services aux publics est la confusion entre culture et patrimoine. Naturellement, les deux sont liés, mais comme le patrimoine que l'on considère comme « étant là », cette distinction entre culture et patrimoine est normale, acquise, mais elle rassemble aussi culture et patrimoine puisque le patrimoine fait partie de la culture d'une société. L'évocation de ces deux notions par les communautés d'agglomération est donc paradoxale car la majorité distingue les deux tout en les englobant dans la culture. [Nom] témoigne de ce paradoxe :

« C'est vrai qu'on a tendance à dire “culture et patrimoine culturel” ou “patrimoine”, et on va pas dire “culture et lecture publique” ou “culture et musique”... En termes de compétences, oui, souvent c'est ça. Mais pourquoi ? Alors ça, ça doit être historique, je sais pas... Pourquoi on sort le patrimoine de la culture ? Curieux. »

[Nom] complète en expliquant pourquoi il existe un service patrimoine culturel au Pays Voironnais qui comprend des équipements généralement considérés comme culturels, comme un musée d'art :

« au départ on est arrivé dans la culture plus par le biais patrimoine culturel. On avait déjà un équipement culturel qui était la Grange Dîmière, après on a récupéré un certain nombre d'équipements. [...] Nous on est rentrés par cette voie là, mais parce que c'est l'histoire, ça s'est trouvé comme ça. Je pense que ça peut, on peut très bien, heureusement pour les territoires qui n'ont pas de patrimoine culturel, qu'ils peuvent mener des actions culturelles. »

Ce qui explique que ce patrimoine fasse partie du service culturel et ne soit pas un service au même niveau que le culturel ou la vie sportive. Pour autant, comprendre et expliquer pourquoi il y a une distinction entre patrimoine et culture offrirait la possibilité de mieux communiquer sur le patrimoine et de comprendre pourquoi l'on ne peut pas communiquer

de la même façon sur la Grange Dîmière que sur le Grand Angle. Le rôle de la communauté d'agglomération par rapport à cela a besoin d'être précisé aussi bien pour les agents responsables des équipements, entités que les agents de communication, du tourisme, etc, mais aussi pour, à terme, le public.

Cette redéfinition aura pour avantage également d'ouvrir la conception de patrimoine ; en effet, si « nous pouvons reconnaître l'existence d'une logique socioculturelle selon laquelle certains instruments à musique, certains genres musicaux ou certaines danses sont “assignés” à des territoires précis, car représentatifs des lieux et des goûts de leur population » (Béru, 2008), cette existence peut être reconnue pour le patrimoine. Or, en étant traité comme un objet, le patrimoine aux yeux des habitants du territoire n'est pas forcément représentatif car plus vu comme un objet d'attractivité et de tourisme. En somme, la communauté d'agglomération devrait continuer à utiliser le patrimoine comme elle le fait tout en développant en parallèle une réelle conception du patrimoine qui « parlerait » aux habitants qui auront alors la possibilité de se sentir concernés, voire de s'impliquer de différentes façons. Cela ouvrirait la patrimonialisation sur les nouveaux objets patrimoniaux comme l'industriel, qui commence seulement à être visible.

La redéfinition du patrimoine pour une meilleure prise en compte dans les politiques de communication apparaît comme un idéal difficile à mettre en place dans des politiques publiques. Cependant, cela semble pouvoir lui être bénéfique pour créer un réel attachement au territoire et romprait avec l'image d'un pouvoir politique puissant et décisionnaire. Il s'agirait ainsi de prendre en compte le patrimoine établi mais également les nouveaux patrimoines et ce que les habitants considèrent comme eux étant identitaires et patrimoniaux ; on peut prendre l'exemple du sport avec l'équipe de foot de l'A.S.S.E (Association Sportive de Saint-Étienne) qui existe toujours mais qui est considérée comme une équipe « mythique », qui a eu son « âge d'or » par certains habitants de la ville et les fans du club, ce qui fait que l'équipe est reconnue au-delà du local comme forgeant l'identité de la ville de Saint-Étienne tout autant que l'époque minière. Au-delà de la seule équipe de l'A.S.S.E, les politiques publiques reconnaissent ce type de sport dit populaire et ce n'est pas un hasard si elles y montrent leur attachement et qu'elles le considèrent comme un objet d'attractivité du territoire.

Capture d'écran d'une publication de la page Facebook de la ville de Saint-Étienne, 9 mai
Fig.6

C. Recherche d'un équilibre entre patrimoine culturel et politique en communication

Définir le concept et les caractéristiques intrinsèques au patrimoine nous a permis de comprendre ce qui peut freiner une communication efficace aussi bien en termes de relations qu'en termes d'outils. Il s'avère que le patrimoine nécessite un rééquilibrage entre patrimoine et politique pour clarifier la communication qui en est faite. Reconsidérer la valeur sociale de la patrimonialisation et rendre son importance à la relation amène à une évolution dans les actions publiques.

c.1 | La valeur sociale au coeur du processus

Résumons toutes les conclusions faites jusqu'à présent: la société, le groupe social, les habitants sont tout aussi bénéficiaires du patrimoine que le « propriétaire abstrait » qui en a la charge, ici la communauté d'agglomération. Or, ce propriétaire a un usage assez restrictif du patrimoine car il le considère comme un objet au service du développement du territoire. Cela a pour conséquence de malmenier la définition du patrimoine qui devient alors un objet à visiter, à découvrir, sans prendre en compte l'intégralité de la valeur qu'il représente au niveau historico-social. Le patrimoine est ainsi considéré comme « là », acquis, et son intérêt n'est plus évident pour tous les habitants du territoire si ce n'est qu'il existait dans un temps passé.

Or, le patrimoine ne peut être réduit à cela car comme évoqué précédemment, il est créateur de lien social entre les individus d'une même société, d'une même époque, ou d'époques différentes. On peut donc l'extraire d'une temporalité pour le rendre accessible mais pas de la valeur sociale dont il dépend. Davallon (2006) explique : « si l'objet nous touche, c'est parce qu'il nous relie à un monde d'origine qui est un monde social : le monde des hommes qui l'ont produit, utilisé, modifié, embelli ; voire au contraire saccagé ou détruit. »

Le patrimoine est donc politique au sens institutionnel du terme et au sens social. Un équilibre retrouvé entre ces deux aspects conduirait à un équilibre entre communication publique et politique : les discours politiques n'effaceraient pas le discours public, axé sur l'essence du patrimoine, et vice versa, mais seraient conjoints. Le patrimoine n'aurait ainsi pas seulement une visée d'attractivité, d'identité, mais il existerait aussi en soi.

Pour ce faire, la valeur sociale amène à mettre en avant une autre valeur que celle historique, objective du patrimoine, celle de la valeur d'ancienneté, plus subjective. Davallon explique que la valeur d'ancienneté est celle qui fait que la « représentation du temps écoulé par les marques de son âge » est visible et donc admissible. Cela va dans le sens de laisser le public prendre le temps d'interpréter lui-même ce qu'est l'objet patrimonial devant lui avant de lui proposer une réinterprétation de l'objet et du passé. En somme, il faut laisser de la place au social dans la patrimonialisation.

c.2 | La filiation inversée en tant que relation

Il va sans dire que considérer la valeur sociale du patrimoine invite à percevoir le concept de filiation inversée comme relation réciproque et pas simplement comme relation du présent vers le passé et de l'institution vers le public. En d'autres termes, monde social passé et monde social présent s'entrecroiser grâce au patrimoine, ce qui signifie que le groupe social présent est concerné dans son intégralité, habitants locaux ou touristes, même si cela ne force pas tous les individus à s'intéresser au patrimoine car ce n'est pas l'objectif. Par définition, un tel groupe social est aussi concerné par la définition même de ce qu'est le patrimoine.

Il s'agit de définir le rôle possible du public dans le patrimoine et la patrimonialisation, ce que les communautés d'agglomération ne semblent pas assez considérer et ce qui peut expliquer que le patrimoine n'a pas ou plus valeur de sensibilité auprès des individus qui pourraient légitimement se sentir concernés.

Comme expliqué auparavant, le public peut être récepteur du patrimoine, c'est-à-dire qu'il est capable d'interpréter et de participer activement aux actions publiques qui lui sont

proposées. Mais si l'on s'en tient au fait que le patrimoine n'appartient à personne, le public a un rôle à jouer dans l'attribution et le décret même du patrimoine.

Anne Watremez (2010) nomme cette étude la « patrimonialité » : « en tant que concept-objet, [elle] permet de comprendre la relation des habitants à ce qu'ils considèrent comme leur patrimoine. Elle est le fait que certains lieux, objets, deviennent patrimoniaux pour les citoyens en fonction de leurs modalités de compréhension, de leurs vécus et de leurs pratiques du patrimoine et de la ville ». On retrouve l'idée que le public est capable d'interpréter et de se représenter l'objet patrimonial qui peut de fait être différent de celui établi par la communauté d'agglomération. Watremez met en avant plusieurs marqueurs qualificatifs utilisés par des habitants : le premier concerne la « qualité intrinsèque du lieu », le deuxième « l'enquêté, sa vie, son expérience de la ville, statut culturel et patrimonial que l'enquêté connaît du lieu » et le troisième les « valeurs morales et prises de position que l'enquêté énonce à propos de lieux ».

La rupture de temporalité opérée par la filiation inversée est alors nuancée par le fait que dans un même temps, le public sait que l'objet patrimonial appartient au passé, le replace dans ce contexte, et qu'il l'interprète par rapport de ce qu'il connaît et ressent.

Si cette possibilité est laissée au public, les politiques de communication seront à même d'être en relation avec le public qui connaîtra l'objet dont on lui parle. Cela fonctionne avec le patrimoine établi, la Grange Dîmière par exemple : si l'on offre la possibilité au public d'acquérir des savoirs et des connaissances sur ce lieu, de l'interpréter personnellement, il se sentira certainement plus concerné par les différentes actions en place — stages de céramique, balades autour du paysage façonné par les moines chartreux — et saisira ainsi la dimension symbolique de ces actions en phase avec l'objet patrimonial ; mais cela fonctionne aussi avec le patrimoine nouveau, le label Pays d'art et d'histoire et les actions mises en place pour faire connaître le patrimoine en transmettant des savoirs et connaissances et en favorisant la réflexion personnelle en sont la preuve. Considérer le patrimoine de cette façon aiderait à établir un équilibre entre ce qui relève du politique et ce qui relève du public.

c.3 | Des actions publiques reconsidérées

Pour en revenir à un aspect plus concret, nous mentionnions le fait que les communautés d'agglomération remarquent que les politiques publiques autour du patrimoine ne permettent pas d'atteindre tous les publics, notamment les locaux, qui pourraient pourtant se sentir concernés.

Comme expliqué auparavant, cela relève surtout de deux faits : le premier est que des a priori subsistent comme c'est le cas pour l'art par exemple : le patrimoine peut ainsi être considéré comme poussiéreux et ennuyeux. Le second est que le patrimoine est tellement ancré dans les esprits qu'il en est banalisé : sa simple matérialité suffit à le reconnaître comme patrimoine. Le sens créé autour du patrimoine n'est donc dû qu'à la patrimonialisation instaurée par les acteurs institutionnels. Watremez (2010) affirme « légiférer le patrimoine, c'est partager collectivement ces qualités et faits, afin de les faire valider par la communauté regroupée ». Dans notre cas, la question pourrait être inversée en proposant de légiférer à partir de ce que la communauté considère comme patrimoine, en sachant que le système d'une communauté d'agglomération ne permet pas de faire valider par les habitants dans la mesure où elle reste un système de représentation.

Les actions publiques pourraient ainsi être reconsidérées par le prisme social en laissant la parole au public, aux récepteurs. Bien que tous les territoires ne sont pas égaux en termes de richesse patrimoniale, s'intéresser à ce que pensent les publics est un premier pas pour la communication publique. Cela va de pair avec le fait que les enquêtes publiques et l'évaluation des actions autour du patrimoine dans une communauté d'agglomération pourraient être privilégiées dans une construction de relation, de sens et de commun.

Finalement, des opérations de communication comme celle menée par l'office de tourisme Loire Forez Agglo avec les témoignages d'habitants locaux qui font le territoire ou avec les partenariats faits avec les influenceurs, tout comme la rubrique « Ils font le Pays Voironnais » du Mag', mettent en avant les publics. De la même façon, le partage de photos publiées sur les réseaux sociaux, par les habitants, sur des thématiques qui caractérisent le territoire — paysage, alimentation, équipements, ... par les pages Facebook officielles aussi bien des communautés d'agglomération que de leurs offices de tourisme crée un lien avec le public et indique également comment ce public s'intéresse au territoire.

Une refonte des politique de communication en prenant en compte tout ce matériel qu'a la communauté d'agglomération devant elle est donc possible.

Une fois des enquêtes menées pour rétablir un lien perceptible entre patrimoine, politique et public, les actions pourront être mieux dirigées et plus facilement organisées dans la mesure où chaque acteur saura ce qu'est le patrimoine, son objet ; les discussions autour de projets seront ainsi facilitées. Des façons encore plus uniques, singulières et originales de faire et découvrir le patrimoine pourront voir le jour.

Cela sonne évidemment comme un idéal, mais la communication même au sein d'une institution est en permanence en relation avec le public. Les rôles politiques d'une communauté d'agglomération sont prépondérants car ils doivent l'être, c'est le rôle d'un tel acteur ; mais cela ne doit pas effacer pour autant son rôle public, de mission d'intérêt général, que sert aussi la communication d'une communauté d'agglomération. Joindre les deux de façon optimisée contribuera autant à la construction d'identité du territoire et à son attractivité qu'à la valorisation du patrimoine.

Conclusion

Rappelons que la problématique qui a guidé notre réflexion est la suivante : « et si, finalement, le paradoxe soulevé reposait sur une mauvaise gestion et une mauvaise articulation entre communication publique et communication politique autour du patrimoine, ce qui constituerait un frein au niveau politique et au niveau communicationnel ».

Nous avons vu que de façon évidente, l'aspect politique prend en général le dessus sur le patrimoine. Il y a donc une sorte de déséquilibre entre les deux notions qui provient de l'utilisation du patrimoine par le politique. En effet, étant donné que la communauté d'agglomération est perçue comme légitime pour gérer le patrimoine qui apparaît commun aux yeux des habitants et des autres acteurs publics, il lui est accordé une grande liberté dans la façon de communiquer sur le patrimoine. Or, cette communication sert en premier lieu les objectifs politiques, à savoir le développement économique, l'attractivité, et la valorisation d'une identité commune ; le patrimoine n'est alors qu'objet et on peut dire

qu'il n'est pas considéré à sa juste valeur. Il apparaît comme un objet, témoin du temps passé par sa présence dans l'espace.

Outre que cela questionne la notion de patrimoine immatériel, la définition du patrimoine prise en compte par les communautés d'agglomération suggère que son rôle est d'être là et d'être montré. Pour autant, l'usage qui en est fait correspond logiquement à la définition de patrimoine, objet social qui instaure une continuité entre passé et présent et réciproquement; mais cet usage est détourné à des fins politiques. La communication est ainsi « bloquée » à ce niveau car partagée entre la notion de public et de politique, et son adresse et sa stratégie sont mal identifiées dans son organisation même.

En somme, cela revient à dire qu'il y a une mauvaise connaissance du concept de patrimoine aussi bien au niveau des acteurs politiques — élus, agents qui travaillent ou non pour le patrimoine culturel, qu'au niveau du public. Ainsi, laisser de la place au niveau public en tant qu'intérêt communautaire permettrait de réellement transmettre ce qu'est le patrimoine, afin que tout le monde puisse accéder à l'interprétation qui en est faite dans le présent via les actions et activités proposées par la communauté d'agglomération. C'est la question des savoirs et des connaissances qui est en cause.

Finalement, le patrimoine crée effectivement consensus ; mais il en crée tellement qu'il provoque une banalisation de sa valeur, de ce qu'il représente, et entraîne une perte d'intérêt. Les publics visitent le patrimoine mais ne savent pas forcément ce qu'il est, a été ou représente. Une participation de ces publics dans l'élaboration des politiques de communication autour du patrimoine serait alors utile pour faire un état des lieux de ce qu'est le patrimoine pour eux, la communication permettant ainsi de créer des liens renforcés entre politique, public et patrimoine.

Il resterait ainsi à faire des essais pour savoir si cela est possible bien que correspondant à un idéal. Il serait alors pertinent d'étudier le patrimoine sous un plus grand nombre de communautés d'agglomération et de réaliser des entretiens avec les personnes qui y travaillent, aussi bien élus qu'agents, pour vérifier les logiques organisationnelles et de communication politique et publique que nous avons pu observer.

Bibliographie

Articles de presse

GIRARD Hélène. « Loi NOTRe et politiques culturelles : les analyses du politologue Emmanuel Négrier ». *La Gazette des Communes* [en ligne]. 24 juillet 2015. Disponible sur : <http://www.lagazettedescommunes.com/381313/loi-notre-et-politiques-culturelles-les-analyses-du-politologue-emmanuel-negrier-avignon2015/> (consulté le 2 mars 2018)

Articles scientifiques

BÉRU Laurent. « Communication politique autour d'une culture identitaire et fédératrice ». *Quaderni* [en ligne]. 2008/67, pp. 93-99. Disponible sur : <http://quaderni.revues.org/232> (consulté le 30 mars 2018)

GALLEZ Claire. « L'intercommunalité dans la régulation publique territoriale ». *Géographie, économie, société* [en ligne]. 2014/2, 16, pp. 183-206. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-geographie-economie-societe-2014-2-page-183.htm> (consulté le 2 mars 2018)

HURON David, SPIETH Grégory. « Communication intercommunale : entre construction d'image du territoire et modification du comportement des usagers ». *Communication et organisation* [en ligne]. 2009/35, pp. 112-122. Disponible sur : <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/764> (consulté le 4 avril 2018)

KAWA-TOPOR Xavier. « La patrimonialisation, un outil au service du développement des territoires ? ». *L'observatoire* [en ligne]. 2013/1, 42, p. 106. Disponible sur : <https://www.cairn.info/revue-l-observatoire-2013-1-page-106.htm> (consulté le 30 mars 2018)

LAIGNEAU Monique. « Pratiques symboliques autour d'espaces patrimonialisés ». *Hermès, la revue* [en ligne]. 1996/2, 20, pp. 177-182. Disponible sur : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-1996-2-page-177.htm> (consulté le 4 avril 2018)

MINISTÈRE DE LA CULTURE. « L'intercommunalité culturelle : un état des lieux ». *Culture études* [en ligne]. 2008/5, 5, pp. 1-11. Disponible sur : <https://www.cairn.info/revue-culture-etudes-2008-5-page-1.htm?1=1&DocId=224390&hits=8330+8326+8318+8316+8314+8313+8310+8308+8306+8305+8287+8285+8283+8282+7+5+3+2+> (consulté le 30 mars 2018)

RAUTENBERG Michel. « Comment s'inventent de nouveaux patrimoines : usages sociaux, pratiques institutionnelles et politiques publiques en Savoie ». In: Nouveaux regards sur le patrimoine (dir. Jean Davallon), *Culture & musées* [en ligne]. 2003/1, pp. 19-40. Disponible sur : http://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2003_num_1_1_1165 (consulté le 30 mars 2018)

WATREMEZ Anne. « Comprendre une relation au patrimoine par une analyse sémiotique du sensible ». *Communication & langages* [en ligne]. 2010/4, 11, pp. 163-177. Disponible sur <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2010-4-page-163.htm> (consulté le 4 avril 2018)

Congrès et séminaires

DAVALLON Jean. « Du patrimoine à la patrimonialisation ». **In:** PREAC Patrimoines et diversité. La fabrique d'un patrimoine partagé. Novembre 2012, Paris, France. Disponible sur : <http://preac.crdp-paris.fr/ressources/la-fabrique-dun-patrimoine-partage/patrimoine-a-la-patrimonialisati/> (consulté le 4 avril 2018)

DAVALLON Jean. « À propos des régimes de patrimonialisation : enjeux et questions ». **In:** *Patrimonialização e sustentabilidade do património: reflexão e prospectiva*. Novembre 2014, Lisboa, Portugal. Disponible sur : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01123906> (consulté le 4 avril 2018)

Ouvrages

DAVALLON Jean. *Le don du patrimoine. Une approche communicationnelle de la patrimonialisation*. Paris : Lavoisier, 2006, 222 p.

Sitographie

Sites institutionnels

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE. *Vie Publique*. Direction de l'information légale et administrative, 2010. « Quelles sont les compétences des collectivités territoriales ? » Disponible sur : <http://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/institutions/collectivites-territoriales/competences-collectivites-territoriales/comment-fait-repartition-competences.html> (consulté le 2 mars 2018)

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE. *Vie Publique*. Direction de l'information légale et administrative, 2010. « Les premières lois de décentralisation ». Disponible sur : <http://www.vie-publique.fr/politiques-publiques/decentralisation/lois-defferre/> (consulté le 2 mars 2018)

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE. *Vie Publique*. Direction de l'information légale et administrative, 2010. « Loi du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République ». Disponible sur : <http://www.vie-publique.fr/actualite/panorama/texte-discussion/projet-loi-portant-nouvelle-organisation-territoriale-republique.html> (consulté le 2 mars 2018)

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE. *Vie Publique*. Direction de l'information légale et administrative, 2010. « Loi du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles ». Disponible sur : <http://www.vie-publique.fr/actualite/panorama/texte-discussion/projet-loi-modernisation-action-publique-territoriale-affirmation-metropoles.html> (consulté le 2 mars 2018)

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE. *Collectivites-locales.gouv.fr*. Direction générale des Finances Publiques et Direction générales des Collectivités Locales. « Intercommunalité ». Disponible sur : <https://www.collectivites-locales.gouv.fr/intercommunalite-1> (consulté le 2 mars 2018)

Sites officiels de communautés d'agglomération

AGGLO LE PUY-EN-VELAY. *Le site de la communauté d'agglomération du Puy en Velay*. Disponible sur : <http://www.agglo-lepuyenvelay.fr/> (consulté le 9 mars 2018)

BOURGES PLUS COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION. *Bourgesplus.fr*. Disponible sur : <http://www.agglo-bourgesplus.fr/> (consulté le 9 mars 2018)

CAP. *Communauté d'Agglomération Porte de l'Isère*. Disponible sur : <https://capi-agglo.fr/> (consulté le 9 mars 2018)

COMMUNAUTÉ DU PAYS VOIRONNAIS. *Pays Voironnais*. Disponible sur : <http://www.paysvoironnais.com/> (consulté le 9 mars 2018)

GRAND CALAIS TERRES & MERS. *Cap Calaisis*. Disponible sur : <http://www.capcalais.fr/> (consulté le 9 mars 2018)

LAVAL AGGLO. *Sans titre*. Disponible sur : <http://www.agglo-laval.fr/accueil-3.html> (consulté le 9 mars 2018)

LOIRE FOREZ AGGLO. *Sans titre*. Disponible sur : <http://www.loireforez.fr/> (consulté le 9 mars 2018)

MARNE ET GONDOIRE COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION. *Sans titre*. Disponible sur : <http://www.marneetgondaire.fr/> (consulté le 9 mars 2018)

LA ROCHE-SUR-YON AGGLOMÉRATION. *Le site de la ville et de l'agglomération*. Disponible sur : <http://www.larochesurion.fr/> (consulté le 9 mars 2018)

Sites d'offices de tourisme

OFFICE DE TOURISME DE LOIRE FOREZ AGGLO. *Loire Forez tourisme*. Disponible sur : <https://loireforez.com/> (consulté le 6 avril 2018)

OFFICE DE TOURISME DE L'AGGLOMÉRATION DU PUY-EN-VELAY. *Le Puy-en-Velay*. Disponible sur : <https://www.lepuyenvelay-tourisme.fr/> (consulté le 6 avril 2018)

OFFICE DE TOURISME GRAND CALAIS TERRE & MERS. *Calais Côte d'Opale*. Disponible sur : <http://www.calais-cotedopale.com/> (consulté le 6 avril 2018)

OFFICE DE TOURISME DE LAVAL. *Laval tourisme*. Disponible sur : <http://www.laval-tourisme.com/> (consulté le 6 avril 2018)

OFFICE DE TOURISME MARNE ET GONDOIRE. *Marne & Gondoire office de tourisme*. Disponible sur : <https://www.marneetgondaire-tourisme.fr/fr/accueil/> (consulté le 6 avril 2018)

OFFICE DE TOURISME DU PAYS VOIRONNAIS. *Office de tourisme Pays Voironnais*. Disponible sur : <https://www.paysvoironnais.info/> (consulté le 6 avril 2018)

OFFICE DE TOURISME DE LA ROCHE-SUR-YON AGGLOMÉRATION. *RY office de tourisme*. Disponible sur : <https://www.ot-roche-sur-yon.fr/> (consulté le 6 avril 2018)

Autres sites en lien avec les communautés d'agglomération

LES ABATTOIRS. *Sans titre*. Disponible sur : <http://www.lesabattoirs.fr/> (consulté le 6 avril 2018)

AGGLO LE PUY-EN-VELAY. *Spectacles en Velay*. Disponible sur : <http://spectacles.envelay.com/> (consulté le 6 avril 2018)

AGGLO LE PUY-EN-VELAY. *Ateliers des arts*. Disponible sur : <http://www.ateliersdesarts.agglo-lepuyenvelay.fr/> (consulté le 6 avril 2018)

CAPL. *Médiathèques de la CAPL*. Disponible sur : <http://portail-mediatheque.capi-agglo.fr> (consulté le 6 avril 2018)

CHÂTEAU DE GOUTELAS. *Une demeure humaniste en Forez*. Disponible sur : <http://www.chateaugoutelas.fr> (consulté le 6 avril 2018)

COMMUNAUTÉ DU PAYS VOIRONNAIS. *Livres à vous*. Disponible sur : <http://www.livresavous.fr/> (consulté le 6 avril 2018)

COMMUNAUTÉ DU PAYS VOIRONNAIS. *Le Grand Angle*. Disponible sur : <https://www.le-grand-angle.fr/> (consulté le 6 avril 2018)

GRAND CALAIS TERRES ET MERS. *Conservatoire à rayonnement départemental du Calaisis*. Disponible sur : <http://www.conservatoire-calaisis.fr/> (consulté le 6 avril 2018)

GRAND CALAIS TERRES ET MERS. *Calaisis art school*. Disponible sur : <http://www.ecole-art-calaisis.fr/> (consulté le 6 avril 2018)

MUSÉE DES GRENADIÈRES. *Atelier-musée de la broderie au fil d'or*. Disponible sur : <https://www.grenadieres.com/> (consulté le 6 avril 2018)

LE THÉÂTRE DE LAVAL. *Sans titre*. Disponible sur : <http://letheatre.laval.fr/> (consulté le 6 avril 2018)

Législation

CODE GÉNÉRAL DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES. *Cinquième partie : La coopération locale. Établissements publics de coopération intercommunale* **[en ligne]**. Disponible sur : https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?jsessionid=89907873F28585ABC3AF7ED7802B06F2.tplgfr38s_2?idSectionTA=LEGISCTA000006149301&cidTexte=LEGITEXT000006070633&dateTexte=20180508 (consulté le 2 mars 2018)

LOI n° 2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République **[en ligne]**. JORF, 0182, 8 août 2015. Disponible sur : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000030985460&dateTexte=&categorieLien=id#JORFSCTA000030985476> (consulté le 2 mars 2018)

Sigles utilisés

&

CA : communauté d'agglomération

CAPV : communauté d'agglomération du Pays Voironnais

CP : communiqué de presse

DP : dossier de presse

EAC : éducation artistique et culturelle

EPCI : établissement public de coopération intercommunale

SPC : service patrimoine culturel

Annexes

Annexe 1 : organigrammes des services du Pays Voironnais et du SPC

Annexe 2 : exemples de supports de communication du SPC

Annexe 3 : entretiens, guide et retranscription

Annexe 4 : analyse de contenu

Annexe 5 : analyse d'existants

Annexe 6 : statistiques et cartographies diverses

Annexe 1 : organigrammes des services du Pays Voironnais et du service patrimoine culturel

Annexe 2 : exemple de supports de communication du SPC

Annexe 3 : entretiens, guide et retranscription

Guide d'entretien

1	Quel est votre itinéraire professionnel ?
2	Quelles sont vos fonctions et votre rôle au sein de la CAPV ?
3	Pouvez-vous me parler des rôles et des compétences du Pays Voironnais en matière de culture et de patrimoine ?
4	Quel est le patrimoine pris en charge par la CAPV et que représente-t-il ?
5	Pouvez-vous me parler de la politique de communication du Pays Voironnais ?
6	Pouvez-vous me parler de la communication faite au niveau du patrimoine culturel ?
7	Selon vous, la notion de culture et la notion de patrimoine sont-elles indissociables ?

Retranscription

Entretien avec Stéphanie Boussogne

Responsable communication du Grand Angle et de Livres à vous

26 avril 2018, durée : 26min 05s

Entretien avec Sophie Harmand

Responsable de la communication externe

30 avril 2018, durée : 29min 47s.

Entretien avec Emmanuelle Martinon

Directrice du service patrimoine culturel

Réalisé par écrit le 2 mai 2018 pour des raisons pratiques

Entretien avec Denis Mollière

Vice-président à l'action culturelle, à l'animation du Pays d'art et d'histoire et aux équipements culturels et sportifs

25 avril 2018, durée : 57min 42s.

Annexe 4 : Analyse de Contenu

Corpus

Catégorisation

	Catégorie : Le patrimoine...	Documents correspondants
1	Un événement : information	2, 13
2	Un objet à découvrir : valorisation et accessibilité	4, 5, 9, 11, 16, 18, 20, 24, 25, 26, 27, 30
3	Un objet à sauvegarder : réhabilitation et restauration	3, 14, 19, 21, 28
4	Un objet de développement : aménagement et attractivité	6, 10, 14, 15, 21, 23
5	Un objet singulier : invitation et envie	1, 7, 8, 12, 17, 22, 29

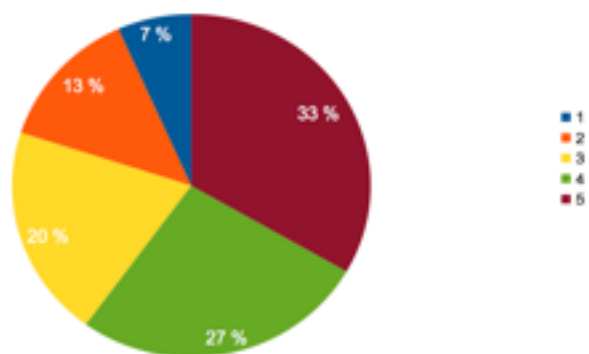
Liste d'autorité

Sélection des termes retenus sur un total de 18546 termes, par ordre alphabétique, avec leurs documents source ainsi que leur position et leur fréquence donnés dans l'ordre décroissant par le logiciel Antconc

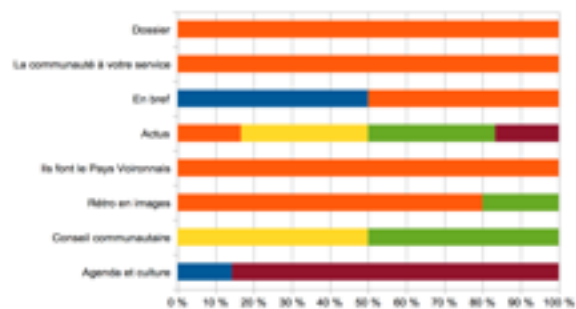
Terme	Position	Fréquence	Documents source
« Accessible »	242	4	16, 25
« Aménagement »	60	17	3, 6, 10, 14, 15, 16, 21, 25
« Archéologique »	69	15	1, 7, 10, 12, 17, 19, 22, 24, 29, 30
« Ateliers"	55	18	1, 4, 6, 8, 12, 13, 17, 20, 21, 24, 26, 29, 30
« Attractivité »	250	4	6, 14, 20, 23
« Collection"	93	10	1, 7, 17, 24, 29
« Commun »	261	4	6, 15, 22
« Construction »	262	4	10, 14, 19
« Découvrir »	39	27	1, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 12, 16, 18, 20, 22, 24, 25, 26, 29, 30
« Département »	160	7	16, 19, 21, 22, 24, 28
« Grange »	56	18	8, 17, 18, 20, 22, 28, 30
« Gratuit »	68	15	7, 12, 17, 22, 29
« Histoire »	35	29	1, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 17, 20, 22, 24, 27, 29, 30
« Mainssieux »	76	14	1, 7, 12, 22, 24, 29, 30
« Paladru »	78	13	1, 7, 10, 12, 18, 19, 22, 28, 29, 30
« Parcours »	81	12	11, 13, 16, 17, 18, 19, 22, 27, 30
« Patrimoine »	40	27	2, 5, 6, 11, 15, 21, 22, 24, 26, 27, 30

« Pays »	23	53	3, 5, 6, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 30
« Paysage »	37	29	6, 12, 15, 18, 20, 25, 27, 29, 30
« Paysages"	86	11	6, 12, 15, 25, 29
« Projet »	65	16	3, 5, 7, 10, 16, 18, 19, 20, 21
« Public »	163	7	4, 7, 12, 17, 26, 27
« Regard »	134	8	6, 10, 12, 18, 24, 27, 30
« Rencontres »	401	3	6, 7, 8, 12, 16, 22
« Restauration »	298	4	2, 3, 17, 28
« Savoir »	135	8	4, 13, 18, 21, 22, 28, 30
« Territoire »	34	31	4, 5, 6, 10, 11, 14, 15, 16, 20, 23, 24, 25, 27, 30
« Tourisme »	308	4	5, 9, 16, 23
« Traditionnel »	416	3	9, 17, 18
« Travaux »	122	9	3, 5, 7, 14, 19, 27, 28
« Ville »	88	11	9, 11, 12, 18, 21, 25, 29
« Visites »	426	3	20, 22, 23
« Voiron »	50	21	1, 6, 7, 9, 12, 16, 21, 22, 25, 29
« Voironnais »	29	39	3, 5, 6, 10, 12, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30

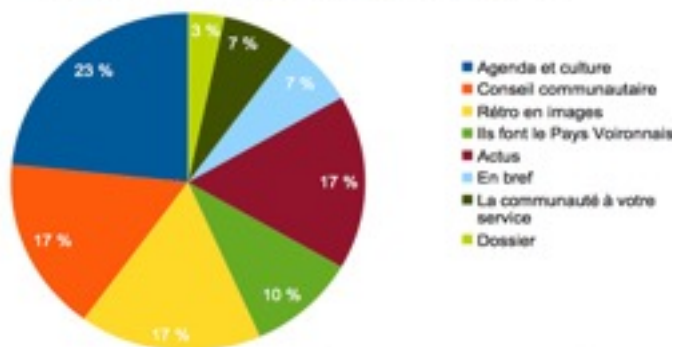
Répartition des textes du corpus par catégorie (en %)



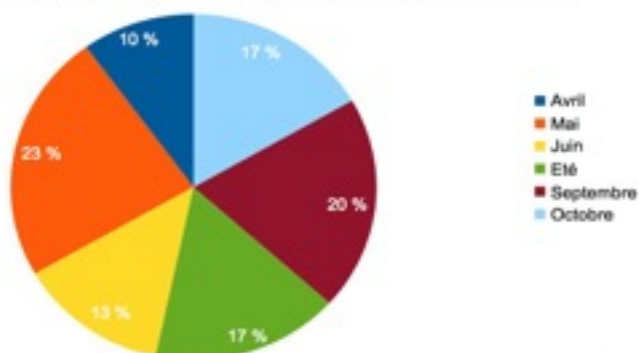
Répartition du nombre de textes par catégorie selon les rubriques (en %)



Répartition des textes du corpus par rubrique (en %)



Répartition des textes du corpus par mois de publication (en %)



Annexe 5 : analyse des sites existants d'une communauté d'agglomération

Sites officiels

Critères (dans l'ordre de gauche à droite)				
Compétence ?	Service ?	Action culturelle ?	Gestion d'équipements culturels ?	Menu principal
Charte graphique	Où parle-t-on de la culture ?	Comment ?	Où parle-t-on du patrimoine ?	Comment ?

Communautés étudiées :

- Communauté du Pays Voironnais
- Laval Agglo
- Agglo le Puy-en-Vely
- Communauté d'Agglo Porte de l'Isère
- La Roche-sur-Yon Agglomération
- Grand Calais Terres et Mers
- Marne et Gondoire
- Bourges Plus Agglomération

Sites d'offices de tourisme

Critères (dans l'ordre de gauche à droite)			
Charte graphique	Menu principal et page d'accueil	Espace dédié à la culture ?	Espace dédié au patrimoine ?
Où parle-t-on de la culture ?	Comment ?	Où parle-t-on du patrimoine ?	Comment ?

Offices de tourisme étudiés :

- le Puy-en-Velay
- Loire Forez
- Laval
- la Roche-sur-Yon
- Grand Calais Terres et Mers
- Marne et Gondoire
- Pays Voironnais

Autres sites

Critères (dans l'ordre de gauche à droite)			
Charte graphique ? Présence de la CA ?	Informations	Menu	Quelle communication ?

Sites étudiés :

- Spectacles en Velay
- Ateliers des arts (en Velay)
- Médiathèques CAPI
- Abattoirs (CAPI)
- Château de Goutelas (Loire Forez)
- Musée des Grenadières (Loire Forez)
- Théâtre de Laval
- Conservatoire du Calaisis
- Le Grand Angle
- Festival Livres à vous

Annexe 6 : statistiques et cartographies diverses

Nature juridique des EPCI à fiscalité propre au 1er janvier 2018 - Département : Isère.
Source : DGCL, BANATIC.

Population des EPCI à fiscalité propre au 1er janvier 2018 - Département : Isère. Source :
DGCL, BANATIC.

Portrait du Pays Voironnais. Source : *Lettre* de l'INSEE 2014.

Nature juridique des EPCI à fiscalité propre au 1er janvier 2018 - Région : Auvergne-
Rhône-Alpes. Source : DGCL, BANATIC