



HAL
open science

Les CIAP : des lieux d'interprétation à la rencontre de leurs publics : approche communicationnelle de cinq CIAP, angevin, bordelais, dijonnais et franciliens

Claudie Crestey

► To cite this version:

Claudie Crestey. Les CIAP : des lieux d'interprétation à la rencontre de leurs publics : approche communicationnelle de cinq CIAP, angevin, bordelais, dijonnais et franciliens. Sciences de l'information et de la communication. 2020. dumas-03271115

HAL Id: dumas-03271115

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03271115>

Submitted on 25 Jun 2021

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.

Copyright

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Entreprises et institutions

Option : Entreprises, institutions, culture et tourisme

Les CIAP : des lieux d'interprétation à la rencontre de leurs publics

Approche communicationnelle de cinq CIAP,
angevin, bordelais, dijonnais et franciliens

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Dominique Pagès

Nom, prénom : CRESTEY Claudie

Promotion : 2019-2020

Soutenu le : 05/10/2020

Mention du mémoire : Très bien

Table des matières

REMERCIEMENTS	6
SIGLES ET ACRONYMES	7
GLOSSAIRE	8
INTRODUCTION.....	13
PARTIE I - À CHAQUE CIAP SA STRATEGIE DES PUBLICS	22
1. L'INTERPRETATION AU REGARD DE LA POLITIQUE CULTURELLE EN FRANCE.....	22
1.1. Aux origines de l'interprétation.....	22
1.2. Centre d'interprétation et musée, quelles différences ?.....	24
1.3. Un nom difficile à porter.....	26
2. LES CIAP : UNE INSCRIPTION DANS LE PAYSAGE CULTUREL TERRITORIAL	26
2.1. Une politique culturelle à la française.....	27
2.2. Un label qualitatif sous la tutelle du ministère de la Culture	27
2.3. Une politique patrimoniale locale... initiée à l'échelon national	30
2.4. Le projet scientifique et culturel, localement défini	32
3. DES ENJEUX MINISTERIELS ADAPTES AUX NECESSITES TERRITORIALES ?	33
3.1. Le CIAP, doublon ou complément d'équipement culturel ?.....	33
3.2. Des intérêts forts partagés à tous les échelons.....	34
3.3. Le CIAP, un levier de communication auprès des habitants et des investisseurs	36
4. FOCUS SUR LES MEDIATIONS PRIVILEGIEES	38
4.1. Entre désirs de médiation numérique.....	38
4.2. ... et questions objectives d'utilité	40
4.3. Un contact humain et une expérimentation manuelle encore privilégiés.....	41
5. CARTOGRAPHIE CRITIQUE DES CIAP.....	42
5.1. Une répartition inégale des CIAP et des AAP sur le territoire.....	43
5.2. Des superficies inégales et des labels en concurrence.....	45
5.3. Un accompagnement institutionnel, professionnel et communicationnel vital pour une montée en visibilité.....	46
6. LES CIAP, DES SERVICES DES PUBLICS AD HOC QUI S'IGNORENT	48
6.1. Des publics potentiels qui restent à définir	48
6.2. Un service des publics adapté à chaque territoire.....	49
PARTIE 2 - LA POLITIQUE DES PUBLICS DES CIAP PRECEDEE PAR CELLE DE LA COMMUNICATION ?.....	51
1. LE TEMPS DES PUBLICS	51
1.1. D'une nécessité légale... ..	52
1.2. ... à un besoin fonctionnel.....	54

1.3.	<i>Une construction collective respectueuse de l'individualité</i>	55
1.4.	<i>Un public sans représentant</i>	55
1.5.	<i>Portrait idéal des lieux muséaux</i>	56
2.	LES TERRITOIRES D'INSCRIPTION DES CIAP ETUDIES	57
2.1.	<i>Bordeaux, Patrimoine mondial de l'UNESCO</i>	57
2.2.	<i>Pontoise, cité millénaire aux portes du Vexin</i>	58
2.3.	<i>Plaine Commune, Pays d'Art et d'Histoire en périphérie de Paris</i>	60
2.4.	<i>Dijon, Cité internationale de la gastronomie et du vin</i>	61
3.	LES SERVICES DES PUBLICS, UN SOUTIEN ESSENTIEL A LA MEDIATION ET AU DEVELOPPEMENT CULTUREL DES TERRITOIRES ...	62
3.1.	<i>Des publics construits... et reconstruits</i>	63
3.2.	<i>Une connaissance des publics pour une médiation plus efficace</i>	65
4.	DES CHOIX DE COMMUNICATION ALEATOIRES D'UN TERRITOIRE A L'AUTRE	67
4.1.	<i>Des dispositifs de communication à l'échelon national et régional</i>	67
4.2.	<i>Une communication déterminée localement</i>	69
4.3.	<i>Un nom d'équipement culturel difficile à utiliser</i>	73
5.	ARTICULER STRATEGIQUEMENT LES COMPOSANTES COMMUNICATIONNELLES ET LES MISSIONS VERS LES PUBLICS	74
5.1.	<i>Nouveaux regards, nouveaux dispositifs, nouvelles compétences ?</i>	74
5.2.	<i>Des compétences communicationnelles déterminantes</i>	75
5.3.	<i>Une connaissance des sciences humaines essentielle</i>	77
5.4.	<i>Les métiers de la médiation au regard des communications numériques</i>	79
5.5.	<i>Animateur de l'architecture et du patrimoine : un métier à définir</i>	80
6.	SYNTHESE SUR LA POLITIQUE DES PUBLICS	82
6.1.	<i>Des points communs</i>	82
6.2.	<i>...et des divergences</i>	83
PARTIE 3 - DES CIAP EN DEVENIR - LE CAS DU REPAIRE URBAIN, NOUVEAU LIEU CULTUREL ANGEVIN		85
1.	ANGERS, VILLE D'ART ET D'HISTOIRE	85
1.1.	<i>Le développement patrimonial et culturel d'Angers : une dynamique à l'œuvre pour une notoriété internationale</i>	85
1.2.	<i>Une politique patrimoniale aux conséquences sociales durables</i>	90
2.	LE CENTRE D'INTERPRETATION DE L'ARCHITECTURE ET DU PATRIMOINE D'ANGERS	91
2.1.	<i>Genèse du projet de CIAP</i>	91
2.2.	<i>Le CIAP : un lieu adapté aux besoins d'un service pluriel</i>	93
2.3.	<i>Le Repaire Urbain, un nouveau pôle culturel au cœur de la ville.</i>	95
2.4.	<i>Des médiations à l'épreuve des contraintes financières et de l'actualité</i>	99
3.	DU DISCOURS D'ANNONCE A LA CONSTRUCTION DES PUBLICS	101
3.1.	<i>Un discours d'annonce bien rôdé</i>	101
3.2.	<i>... Pour une communication d'accompagnement en devenir</i>	104

3.3.	<i>Une définition de l'espace évolutive</i>	106
3.4.	<i>Une prise en compte partielle des publics</i>	107
3.5.	<i>L'hypothèse de la boîte noire</i>	108
4.	UNE PROGRAMMATION FORTE POUR UN LEVIER DE COMMUNICATION BIENTOT INCONTOURNABLE.....	111
5.	UN LIEU DE VIE INAUGURE DANS UNE PERIODE IMPROBABLE	113
5.1.	<i>Covid-19 versus lancement du Repaire Urbain : un match difficile à jouer pour Angers Patrimoines</i> 113	
5.2.	<i>Le CIAP d'Angers, un levier culturel évolutif et vivant prometteur</i>	115
	CONCLUSION	117
	BIBLIOGRAPHIE	125
	ANNEXES	133
	MOTS-CLES	178
	RESUME	178

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier profondément Dominique Pagès pour son accompagnement, sa bienveillance et son professionnalisme tout au long du master et de ce travail de recherche. Elle est l'une des plus belles rencontres que j'ai pu faire dans ma carrière professionnelle, et m'a apporté énormément.

Merci également à François Quéré pour son regard professionnel sur ce travail, pour ses remarques et ses nombreux contacts et conseils avisés.

Mme Jacqueline Eidelman, Thierry Fernandez-Soler et Simon Sappa m'ont apporté leur regard d'experts sur plusieurs points durant cette recherche, un grand merci à eux pour leur disponibilité.

Antoine Roland, ingénieur culturel et enseignant au Celsa, m'a beaucoup apporté tant par ses cours que par son accompagnement professionnel. Merci Antoine.

Je suis tout particulièrement reconnaissante aux professionnels rencontrés durant ce travail : Stéphanie Vitard-Gibat et son équipe au service Angers Patrimoines, qui m'ont accueillie et ont répondu à mes questions de bonne volonté malgré un planning surchargé. Un grand merci à l'agence Scheubel & Genty Architectes pour les photos, ainsi qu'à Charlotte Saint-Jean à Plaine Commune et Pauline Prévot à Pontoise pour leur accueil, leur disponibilité et leur aide sur ce mémoire.

Les FCM1 Métiers de la communication de 2018, le meilleur groupe jamais réuni sous le toit du Celsa (foi d'étudiante très, très objective), m'ont prévenue de l'ampleur du défi que représente un master 2, et m'ont encouragée dans les moments de doute. Sans certains d'entre eux, sans Marie Gonand et Pauline Escande-Gauquié, je ne me serais jamais lancée. Merci à vous tous !

Enfin et surtout, un énorme merci à ma famille pour sa compréhension et son soutien sans limite, en particulier aux angevins qui m'ont accueilli plusieurs fois dans l'année dans le cadre de ce mémoire.

Je dois énormément à Patrice et Corentin : ces sept mois auront été aussi intenses pour eux que pour moi. Merci à tous les deux.

Sigles et acronymes

Pour des raisons pratiques, certains sigles seront régulièrement utilisés dans ce mémoire. Nous vous proposons de les retrouver ici plus facilement.

AAP = Animateur de l'Architecture et du Patrimoine.

ABF = Architecte des Bâtiments de France.

ANAAP = Association Nationale des Animateurs de l'Architecture et du Patrimoine.

CIAP = Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine.

DRAC = Direction Régionale des Affaires Culturelles.

GRC = Gestion de la Relation Contact (*dans le service public*) ou Client (*dans le secteur privé*).

ICOM = International Council on Museums (en Français, le Conseil international des musées).

NTIC = Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication.

PSC = Projet Scientifique et Culturel.

SIC = Sciences de l'Information et de la Communication.

VPAH = Villes et Pays d'Art d'Histoire (dérivés : VAH et PAH, selon les villes ou communautés de communes concernées).

Glossaire

En Sciences de l'information et de la Communication (SIC) la recherche nécessite un travail de définition important, qui permet de cadrer précisément notre sujet. Nous avons choisi les définitions des termes ci-dessous pour nous permettre de travailler sur des bases solides, et pour vous, lecteur, d'en comprendre le sens que nous leur portons. Vous trouverez sous la plupart des définitions la source qui nous a permis de les fixer ; certaines de ces définitions seront détaillées dans le corps du mémoire, selon les besoins.

Centre d'interprétation : *Un centre d'interprétation est un espace muséographique avec ou sans collection, à visée de mise en valeur et de diffusion d'un patrimoine singulier et impossible à réunir dans un musée classique, destiné à accueillir un large public en recourant de préférence aux affects plus qu'à la seule cognition.*¹

Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine (CIAP) : Un CIAP est un centre d'interprétation de type particulier, construit et géré par une localité dans le cadre du label Villes et Pays d'Art et d'Histoire, et qui suit la convention signée auprès de la DRAC de sa région. Il dépend donc en partie du ministère de la Culture.

Communication : *Fait, pour une personnalité, un organisme, une entreprise, de se donner telle ou telle image vis-à-vis du public.*²

Direction des publics : *service ayant en charge les actions d'accueil des publics, de diffusion, d'animation et de médiation culturelles. Ces actions sont assurées par des personnels qualifiés.*³

¹ Chaumier, Serge et Jacobi, Daniel. Nouveaux regards sur l'interprétation et les centre d'interprétation. - Lettres de l'OCIM, septembre - octobre 2008, n°119, pages 4 à 11.

² Larousse. Définition de Communication. [en ligne]. Date de publication : inconnue. Disponible sur : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/communication/17561?q=communication#17429> [Page consultée le 9.02.2020]

³ LegiFrance. *LOI n° 2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux musées de France : Article 7* [en ligne]. Date de publication : 4 janvier 2002. Disponible sur : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000769536&categorieLien=id> [Page consultée le 27/01/2020]

Dispositif : un article de Giorgio Agamben⁴, publié en 2006 dans la revue *Po&sie*, reprenait la notion de dispositif selon Foucault, tirée d'un entretien réalisé en 1977. En analysant la pensée du philosophe français et la généalogie de ce terme, Giorgio Agamben en tire une définition dont nous reprenons ici le résumé : un dispositif est *tout ce qui a, d'une manière ou d'une autre, la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants*.

Évaluation : en communication, action de mesurer l'efficacité et la valeur créée par la fonction communication pour son organisation par la mise en place de dispositifs spécifiques.⁵

Interprétation : *Activité d'explication pour donner une signification claire à une chose obscure*.⁶
L'interprétation est un processus, un acte de transmission de connaissances théorisé par les sciences de l'information et de la communication (SIC) et la muséologie, dont nous développerons la définition en introduction et dans la première partie.

Licier : Un licier (ou lissier) est un ouvrier travaillant sur un métier à tisser de haute ou basse lice, soit un métier à tapisserie. La lice est un fil textile ou métallique portant un maillon dans lequel passent un ou plusieurs fils de la chaîne. Les lices tendues verticalement sont dites « de haute lice ». Les lices tendues horizontalement sont, elles, dites « de basse lice »⁷.

Lieu : c'est la construction d'un espace qui se veut identitaire, relationnel et historique. L'anthropologie définit plusieurs types de lieux :

Lieu attribut : c'est le lieu le plus notoire d'un territoire et qui en devient le symbole, comme peuvent l'être la Tour Eiffel à Paris ou la Statue de la Liberté à New-York.

⁴ Agamben, Giorgio. Théorie des dispositifs. – *Po&sie*, 2006, n°1/115, pages 25 à 33.

⁵ Définition personnelle très largement basée sur le *Communicator* (8^e édition), écrit sous la direction d'Assaël Adary, Céline Mas et Marie-Hélène Westphalen, et publié par les éditions Dunod en 2019 (p. 83).

⁶ Chaumier, Serge, « De l'interprétation au centre d'interprétation », in *Exposer des idées : du musée au Centre d'interprétation*. Paris : Complicités, 2009. 200 p. (coll. Privée). Page 44.

⁷ Académie française. *Dictionnaire de l'Académie française*. 9^e édition. [en ligne]. Date de publication : 7 février 2019. Disponible sur : <https://www.dictionnaire-academie.fr/> [Consulté le 04/09/2020]

Lieu générique : le lieu générique représente un territoire dans son ensemble mais n'est pas unique à remplir cette fonction. Une mairie, par exemple, peut représenter l'idée de politique locale.

Lieu de condensation : c'est un lieu construit et identifié par une société, cadre d'expériences individuelles et collectives (ex. : la place du village qui accueille les bals ou les manifestations collectives, l'hôtel de ville, le marché ou les lieux de culte).

Haut-lieu : c'est un lieu de condensation où sont vécues des expériences individuelles et collectives, construit comme un lieu sacré auquel s'ajoute la dimension sociale. Les lieux de culte comme les églises sont des hauts-lieux, puisque s'y déroulent des mariages, enterrements, etc.

Lieu exemplaire : un lieu exemplaire est construit pour signifier la possibilité d'un avenir différent, un ancrage dans le futur. Un nouveau quartier en cours de construction, plein de promesses tant urbanistiques que sociales, peut être un lieu exemplaire.

Lieu de mémoire : le lieu de mémoire est lié à un événement exceptionnel du passé dont la collectivité a choisi d'entretenir le souvenir.

Ces définitions, tout comme celles du territoire et de la territorialité, sont tirées du travail des anthropologues Bernard Debarbieux⁸ et Arjun Appadurai, et du géographe Claude Raffestin.

Médiation : *Se dit de ce qui institue une relation médiate entre des idées, des notions, des choses.*⁹

La médiation est un processus d'interfaçage entre deux parties. Dans les milieux culturels, il s'agit d'un acte de communication permettant à un groupe de mieux comprendre ce qu'il vient découvrir. La médiation facilite l'échange entre les visiteurs et les médiateurs, dans une relation moins verticale qu'entre « apprenants » et « sachants ».

Musée : *Un musée est une institution permanente sans but lucratif au service de la société et de son développement, ouverte au public qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation.*¹⁰

⁸ Debarbieux Bernard, "Le lieu, le territoire et trois figures de rhétorique", In : Espace géographique, tome 24, n°2. 1995. pp. 97-112

⁹ Académie française. *Dictionnaire de l'Académie française*. 9e édition. [en ligne]. Date de publication : 7 février 2019. Disponible sur : <https://www.dictionnaire-academie.fr/> [Consulté le 09.02.2020]

Patrimoine : *Ensemble des biens, des richesses matérielles ou immatérielles qui appartiennent à une communauté, une nation et constituent un héritage commun.*¹¹

Patrimoine culturel : *Le patrimoine culturel constitue un ensemble de ressources héritées du passé que des personnes considèrent, par-delà le régime de propriété des biens, comme un reflet et une expression de leurs valeurs, croyances, savoirs et traditions en continuelle évolution. Cela inclut tous les aspects de l'environnement résultant de l'interaction dans le temps entre les personnes et les lieux.*¹²

Cette définition, que nous choisissons ici, est subdivisée par l'UNESCO en plusieurs types de patrimoines, dont :

Patrimoine immatériel : *il est à la fois traditionnel, contemporain et vivant, inclusif, représentatif et fondé sur les communautés. Il comprend les traditions ou les expressions vivantes héritées de nos ancêtres et transmises à nos descendants, comme les traditions orales, les arts du spectacle, les pratiques sociales, rituels et événements festifs, les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers ou les connaissances et le savoir-faire nécessaires à l'artisanat traditionnel.*

Patrimoine matériel : *il regroupe le patrimoine culturel mobilier (peintures, sculptures, monnaies, instruments de musiques, armes, manuscrits), le patrimoine culturel immobilier (monuments, sites archéologiques) et le patrimoine culturel subaquatique (épaves de navire, ruines et cités enfouies sous les mers).*

Patrimoine naturel : *L'UNESCO a fixé sa définition du patrimoine naturel lors de la Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel, en 1972. Cette convention indique que ce type de patrimoine désigne les formations géologiques et physiographiques et les zones strictement délimitées constituant l'habitat d'espèces animales et végétales menacées, les sites naturels du point de vue de la science, de la conservation ou de la beauté naturelle. Il comprend les parcs et les réserves naturels, les jardins zoologiques et botaniques et les aquariums.*

¹⁰ Définition actuelle fixée par l'ICOM en 2007.

¹¹ *Ibid.* Dictionnaire de l'Académie française [en ligne]

¹² Conseil de l'Europe. *Convention-cadre du Conseil de l'Europe sur la valeur du patrimoine culturel pour la société (dite Convention de Faro)*. [en ligne]. Date de publication : 27.10.2005. Disponible sur : <https://www.coe.int/fr/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/0900001680083748> [Consulté le 09.02.2020]

Public : *Le public (...) n'est pas un collectif mais une condition partagée à certains moments et dans certains espaces.*¹³

Politique des publics : La politique des publics est l'orientation qu'une institution donne sur la question de ses publics, leur accueil, leur prise en compte, leur suivi et leur développement.

Non-public : un non-public est un public qui ne fait pas usage d'un espace, d'un service ou d'une offre, culturelle dans notre cas. Il regroupe des personnes qui ne sont pas (encore) touchées par l'art, le patrimoine, etc., que les institutions patrimoniales et culturelles ne parviennent pas encore à atteindre.

Territoire : un territoire est un construit social impliquant l'existence de frontières administratives ou de limites naturelles. Il fonctionne comme un réseau de lieux.

Territorialité : La territorialité est le versant relationnel et communicationnel du territoire. Elle se matérialise en portant une attention aux échanges, mobilités et réseaux, et fonctionne comme un réseau de connexions humaines dynamiques.

¹³ Le Marec, Joëlle. Le public, le tact et les savoirs de contact. Communication et Langages, 2013/1, n° 175, page 8.

Introduction

Le patrimoine parfois évident, souvent très discret des collectivités locales regroupe tout ce qui fait la culture historique, industrielle, architecturale, vivante et environnementale d'un territoire, et nécessite souvent une protection particulière. Mais pour être protégé, le patrimoine, qui façonne notre identité et structure notre connaissance d'un territoire, doit être connu, compris et partagé par le plus grand nombre.

C'est la mission portée par les Centres d'Interprétation de l'Architecture et du Territoire, les CIAP, équipements de médiation culturelle présents dans la plupart des régions de France.

Nous avons découvert leur existence il y a très peu de temps, lors de notre entretien d'admission à ce master. Nous expliquions au jury que notre moteur était de permettre aux gens, *via* la communication, de comprendre leur patrimoine local et toute l'importance qu'il y a à le protéger. C'est ce même jury qui nous a conseillé de nous renseigner sur les CIAP. Nous avons ainsi découvert que depuis plus de trente-cinq ans, les villes et communautés de communes labellisées VPAH ont la possibilité de mettre en place ces équipements de médiation et de communication autour du patrimoine local, cadrés par le ministère de la Culture. Notre sujet de mémoire était en partie trouvé.

Le choix de travailler tout particulièrement sur le CIAP d'Angers n'est pas un hasard. Originaire de ce territoire, nous avons l'intention, à court ou moyen terme, de travailler en Anjou et dans le Val de Loire. Cette région d'une très grande richesse culturelle est inscrite depuis l'an 2000 au Patrimoine mondial de l'Unesco ; c'est un gage de qualité, une promesse aussi d'y trouver des missions à la hauteur de nos attentes. C'est donc naturellement que le CIAP d'Angers, encore en projet lors de nos premières recherches, a donné le ton à ce mémoire. Il nous a permis de comprendre comment fonctionne et s'organise un équipement dépendant des politiques culturelles locales, régionales et nationales. Mais surtout, il nous a permis de saisir ce qui fait d'un CIAP un service des publics et de la communication culturelle et territoriale de premier ordre... encore très confidentiel.

Brève histoire et première définition des CIAP

Les Centres d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine sont intimement liés au label Villes et Pays d'Art et d'Histoire (VPAH). Celui-ci, créé en 1985 par la Direction de l'Architecture et du Patrimoine du ministère de la Culture, relie tout un réseau de villes et de communautés de communes françaises engagées dans la sauvegarde et la promotion de leurs patrimoines.

Si les CIAP, à l'origine, n'étaient que l'un des dispositifs suggérés aux Villes et Pays d'Art et d'Histoire (VPAH) par le ministère de la Culture et les DRAC - les Directions Régionales des Affaires Culturelles (DRAC) -, leur création est maintenant contractuelle. Chaque signature ou renouvellement de la convention des Villes et Pays d'Art et d'Histoire exige la création et l'entretien de ces équipements culturels. Mais en quoi consistent-ils, exactement ?

Les CIAP sont difficiles à définir : ce ne sont pas des musées, ce sont à la fois des espaces d'expositions ouverts sur la localité sans nécessairement de collection à présenter, des ateliers pédagogiques et des lieux de rencontres. Ils peuvent être en bonne partie « hors-les-murs » et parlent de tous les types de patrimoines existants sur un territoire (matériel et immatériel, naturel, historique, industriel, bâti, vivant, ...). Ils n'imposent pas une vision précise de leur région. Ils proposent des clés de compréhension pour que chaque visiteur se fasse son idée de ce patrimoine, se l'approprie et puisse ensuite le défendre et le promouvoir, à sa façon.

Nous reprenons dans ce travail de recherche la définition des centres d'interprétation proposée par deux enseignants-chercheurs spécialistes de la médiation culturelle, Serge Chaumier et Daniel Jacobi :

Un centre d'interprétation est un espace muséographique avec ou sans collection, à visée de mise en valeur et de diffusion d'un patrimoine singulier et impossible à réunir dans un musée classique, destiné à accueillir un large public en recourant de préférence aux affects plus qu'à la seule cognition¹⁴.

Un CIAP est donc un centre d'interprétation de type particulier, construit et géré par une localité labellisée VPAH. Son animateur de l'architecture et du patrimoine en est le responsable et suit la convention signée auprès de la DRAC de sa région. Il dépend ainsi en partie du ministère de la Culture, de sa DRAC, de sa région et de sa localité.

Un CIAP est aussi un objet politique. Il doit permettre aux municipalités de communiquer sur leur action tant au niveau patrimonial qu'urbanistique. Par sa programmation et les choix des dispositifs de médiation, il met en valeur (s'il est pensé correctement) l'action de la mairie ou de la communauté de commune. Il participe ainsi à rendre son territoire local plus attractif, plus dynamique, et attire ainsi aussi bien des investisseurs que de nouveaux habitants et des touristes.

Autre intérêt majeur pour les collectivités territoriales : défendre et protéger leur patrimoine local améliore considérablement les relations avec la DRAC, la région et le département. Or, les DRAC, les régions et les départements sont en capacité de subventionner des projets plus

¹⁴ Source : Chaumier, Serge et Jacobi, Daniel. *Nouveaux regards sur l'interprétation et les centres d'interprétation*. - Lettres de l'OCIM, septembre - octobre 2008, n°119, page 6.

ou moins importants de sauvegarde et de valorisation du patrimoine... Un atout financier, donc, qui lui aussi peut faire pencher la balance du côté des CIAP.

Nous verrons toutefois plus bas que les CIAP ont un coût important et durable. Malgré notre conviction en faveur de ces équipements, il est absolument nécessaire de peser le pour et le contre avant de monter un dossier de demande de labellisation.

Ce travail de recherche nous offre l'occasion d'aller plus loin que notre seul ressenti, très positif, et de tester cette conviction sur le terrain.

Avant de continuer sur le thème de l'interprétation, fixons quelques jalons historiques. La première ville à avoir franchi le pas est Riom, dans le Puy-de-Dôme. Son CIAP a ouvert en 1991, soit six ans après la création du label VPAH. Seuls quatre autres seront créés avant l'an 2000 : ceux de Bourges en 1995, de Rennes Métropole en 1998, de Grand Figeac - Vallées du Lot et du Célé la même année, et enfin celui de Vienne en 1999. Si le nombre d'ouvertures de CIAP s'amplifie après l'an 2000, nous verrons qu'en proportion du nombre de signataires du label, celui-ci est encore assez faible...

Interprétation : une médiation par l'expérience et les cinq sens

Nous l'avons abordé dans le glossaire précédant cette introduction : l'interprétation est définie par Serge Chaumier comme étant « une activité d'explication pour donner une signification claire à une chose obscure ». Ce n'est pas la première définition, ni la plus connue. On retrouve la notion d'interprétation comme nous l'entendons ici dans le travail de Freeman Tilden, un journaliste américain ayant beaucoup travaillé sur les grands parcs naturels d'Amérique du Nord. S'il n'est pas lui non-plus le premier à traiter de ce sujet, comme nous le verrons plus bas, il écrit dans les années 50 que « l'interprétation est une activité qui veut dévoiler la signification des choses et leurs relations par l'utilisation des objets d'origine, l'expérience personnelle ou divers moyens d'illustration plutôt que par la communication d'une simple information sur des faits. »¹⁵. Bien des années plus tard, le guide « Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine : Mode d'emploi » du ministère de la Culture¹⁶ nous apprend que les premiers professionnels appelés « interprètes » étaient les médiateurs travaillant dans ces grands parcs. Pourtant, la définition d'interprétation n'a pas été réévaluée depuis, et reste celle de l'interprétation d'un lieu naturel, *a fortiori* dans ces

¹⁵ Agence française pour la biodiversité. *Concepts et démarches de l'interprétation n°20 : Outils d'accueil et d'interprétation*. [en ligne]. Date de publication : 17.11.2014. Disponible sur : <http://ct20.espaces-naturels.fr/les-principes-de-base> [Page consultée le 08.02.2020]

¹⁶ Ministère de la Culture et de la Communication. *Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine : Mode d'emploi*. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, 2007. Page 12

grands parcs américains auxquels Freeman Tilden fait référence. Nous verrons dans la première partie à quel point cette notion est difficilement interprétable, justement, et quelles difficultés elle apporte à ceux qui l'emploient pour définir leur action.

L'étude et la gestion des publics

La question des publics nous taraude depuis l'origine même de notre inscription à ce master. Essentiels dans tous les équipements culturels puisqu'ils en sont les usagers, les publics ont forcément des caractéristiques différentes selon les lieux qu'ils fréquentent. Les comprendre, c'est les faire venir plus facilement, leur apporter ce qu'ils attendent de vous et les surprendre, aussi, pour mieux les faire revenir. Pourtant, force est de constater que cette question des publics n'est pas toujours étudiée à sa juste valeur, ce que nous analyserons un peu plus bas. Nous chercherons à comprendre comment ils se constituent, dans quelles conditions, et de quelle façon les institutions culturelles, dont les CIAP, peuvent les appréhender et les toucher.

Développement culturel et patrimonial des territoires

Le Développement culturel et patrimonial des territoires fait l'objet d'une attention toute particulière de la part de l'État. Cette « politique de démocratisation culturelle » voulue par Malraux est au fondement de la création du ministère de la Culture, en 1959. Cinquante ans plus tard, cette démocratisation est toujours prônée dans les territoires et s'inscrit dans les missions des Directions Régionales des Affaires Culturelles. Ces antennes du ministère de la Culture, créées en 1977 et réparties dans chaque région de France, assurent le développement culturel des territoires. Elles suivent les projets liés au patrimoine et à la culture mis en place par les localités et financés par l'État. Depuis 2010, les DRAC ont fusionné avec les services départementaux de l'architecture et du patrimoine, et gèrent donc tous les domaines culturels et patrimoniaux des régions et des départements. Elles sont porteuses de la politique culturelle de l'État dans les territoires. Elles ont pour missions la participation à l'aménagement du territoire, à la recherche scientifique et technique et à son contrôle dans leurs domaines de compétences. Elles doivent diffuser les données publiques de la culture en région et dans les départements et veiller au respect de la réglementation. Les DRAC détiennent également un rôle important dans la promotion de l'architecture, des arts et des musées de leur région, elles travaillent en partenariat étroit avec les CAUE -Conseils pour l'architecture, l'urbanisme et l'environnement- et ont un poids important dans l'économie culturelle, qu'il s'agisse du livre ou du cinéma.

En ce qui concerne les VPAH, les DRAC animent la politique régionale du ministère de la Culture. Elles instruisent les demandes de labellisation, négocient les projets de conventionnement et accompagnent les villes pays dans la mise en place de leur label. En plus de leur participation financière, elles offrent une aide principalement technique : les représentants des DRAC, comme M. Fenneteau au Pays de la Loire, apportent leur expertise dans la phase de montage des projets de CIAP, jusqu'à leur validation par le ministère.

Jessica de Bideran, ingénieure de recherche et docteure en Histoire de l'art qualifiée en SIC, est l'auteure de l'article *L'augmentation du patrimoine urbain, une exploration informationnelle* (PUF, 2016)¹⁷. Elle y explique combien les politiques culturelles font aujourd'hui la part belle au développement économique et donc touristique ; nous croiserons plus bas son travail avec l'exemple de Plaine Commune et de Dijon. Elle relève que selon Jean Davallon, le processus de patrimonialisation suppose que les habitants d'un territoire définissent comme patrimoine un monument ayant déjà fait l'objet d'une reconnaissance scientifique et juridique, notamment par les DRAC. Deux articles, écrits par Vincent Verschambre et Mathieu Gigot, éclaireront plus bas l'aspect politique de cette première étape de patrimonialisation du territoire.

La DRAC est loin d'être seule à faire reconnaître l'existence d'un patrimoine. L'importance de ces héritages culturels est promue à tous les échelons, de la sphère familiale, où la transmission et l'échange forment l'identité de chacun, à la dimension internationale, par une promotion d'un tourisme culturel travaillée auprès des publics étrangers. L'un de ces dispositifs de promotion et de préservation est l'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO. Consécration ultime pour un territoire... et d'une importance économique et touristique fondamentale.

La démocratisation culturelle n'est pas qu'un enjeu économique, loin de là. Nous le verrons avec les exemples de Pontoise et d'Angers. Dominique Pagès le décrypte dans son article *La démocratisation culturelle et les promesses des médiations numériques : mirage ou tournant ?* (Quaderni, 2020)¹⁸ : la politique culturelle d'une collectivité locale comme d'un État porte une promesse de justice sociale, d'équilibre face à la consommation et les médias de masse, et d'ouverture au monde et aux autres de chacun d'entre nous. La réalité du terrain souligne l'intérêt de ces enjeux, vecteurs de lien social... et de compétitivité économique. Car nous vivons dans une société « de l'information et de la connaissance » dont les atouts majeurs sont la créativité et le savoir. Cela nécessite d'apporter à tous dès le plus jeune âge, partout

¹⁷ De Bideran, Jessica. L'augmentation du patrimoine urbain, une exploration informationnelle. *Sciences du Design*, Janvier 2016, n°3, pages 59 à 70

¹⁸ Pagès, Dominique. La démocratisation culturelle et les promesses des médiations culturelles numériques : mirage ou tournant ?. *Quaderni : Médiations culturelles numériques*. Hiver 2019/2020, N°99/100, page 97.

sur le territoire, un enseignement culturel et patrimonial. Nous assurons ainsi aux générations futures un socle de connaissances et une source d'inspiration qui leur seront indispensables.

L'avènement du numérique amène lui aussi son lot de promesses au développement culturel et patrimonial. Si une certaine mesure est à porter sur son utilisation, la création de dispositifs de médiation culturelle par le numérique - comme les Micro-Folies¹⁹ - autorise un accès à la culture dans les régions les plus reculées. Elle autorise aussi une délectation culturelle aux publics les plus éloignés des équipements patrimoniaux. Nous l'étudierons plus bas, les CIAP portent en eux cette promesse. Mais comment cette promesse est-elle tenue ?

Problématique et hypothèses

Ces différentes approches du sujet nous amènent à cette problématique : « Pourquoi, comment et avec quelles limites les CIAP élaborent et déploient-ils leur communication et leurs services des publics au regard de leur territoire d'inscription, de leurs missions d'interprétation et de leurs publics (habitants, scolaires et visiteurs) construits et effectifs ? »

Cette problématique sera étudiée sous le prisme de trois hypothèses :

1. Il semble que chaque CIAP définisse sa stratégie des publics et de là son service des publics au vu de son territoire et de ses parties prenantes.
2. La politique des publics des CIAP semble souvent précédée, voire minorée lors de son élaboration comme dans sa mise en œuvre par la politique de communication, dans la fabrique du récit du lieu et de ses publics, pour des raisons tant organisationnelles et stratégiques que professionnelles.
3. Si l'approche communicationnelle répond à l'impératif d'identification et d'attractivité des CIAP pour remplir leur mission de sensibilisation, d'information et de formation de tous les publics à leur territoire, il semble que celui d'Angers, localisé au sein d'un pôle culturel regroupant plusieurs entités patrimoniales de la métropole, ne se démarque pas clairement aux yeux des visiteurs potentiels et effectifs, et qu'il n'a pas encore véritablement défini et déployé de dispositifs de médiation, de veille et d'évaluation visible, lisibles et partagés.

¹⁹ Les Micro-Folies sont des musées numériques de proximité portées par 12 institutions culturelles majeures et soutenues par le ministère de la Culture.

D'autres questions, nées de ce travail de recherche, apparaîtront au fil de notre développement. Ainsi, celles du coût financier, technique voire stratégique précis du label VPAH sur les collectivités, de l'engagement des pouvoirs publics pour ce label et sa mise en œuvre dans les territoires, ou encore du poids des politiques culturelles locales interrogent... Si ces questions ne peuvent toutes être développées ici, elles seront évoquées, et permettront de nuancer certains résultats de recherche.

Méthodologie

Notre méthodologie de recherche a consisté en la mise en œuvre de plusieurs méthodes :

Les entretiens semi-directifs : nous avons pu rencontrer trois animatrices de l'architecture et du patrimoine (AAP), à savoir Mme Stéphanie Vitard-Gibiat à Angers, Mme Pauline Prévot à Pontoise, ainsi que Mme Charlotte Saint-Jean à Plaine Commune²⁰. Ces entretiens thématiques, qui ont fait l'objet d'une grille d'entretien²¹, ont mis en évidence certains traits communs ainsi que des différences notables entre les projets de CIAP. Ils ont également permis de mieux comprendre ce qu'implique ces équipements pour les localités.

Nous avons également pu discuter par téléphone avec deux assistants à maîtrise d'ouvrage (AMO) et ingénieurs culturels, Thierry Fernandez-Soler, fondateur de l'agence Atelier Bleu, et Simon Sappa, associé fondateur de l'agence Anamnesia.

Enfin nous avons eu l'occasion de discuter des CIAP avec M. Christophe Fenneteau, responsable du service Territoires et Publics, à la DRAC des Pays de la Loire. C'est M. Fenneteau qui est en charge dans la région des labels liés au patrimoine territorial, dont celui des VPAH.

Les lectures : de nombreux textes, procès-verbaux de conseils municipaux, livres, articles universitaires ou de presse ont été lus dans le cadre de ce travail de recherche²² pour définir une première approche du sujet et apporter la vision théorique déjà disponible. Les documents les plus importants pour ce mémoire sont recensés dans la bibliographie.

L'analyse de corpus : après avoir défini un corpus large constitué par l'ensemble des CIAP de France, nous l'avons restreint à cinq CIAP, à savoir ceux d'Angers, déjà cité plus haut, de Plaine Commune, Pontoise, Bordeaux et Dijon. Nous les avons choisis car ils sont très différents les uns des autres, ce qui nous permet de travailler sur les écarts importants que

²⁰ Voir annexes I, II et III.

²¹ Voir annexe IV.

²² Voir la bibliographie.

l'on peut trouver d'un CIAP à l'autre. Dans le même temps, ils présentent des points communs qui nous permettront de réaliser certains constats.

Par exemple, Dijon présente un projet de CIAP inséré dans un ensemble très important de la ville, moderne et de dimension mondiale, à savoir la Cité internationale de la gastronomie et du vin. Ce CIAP (et la Cité) devaient ouvrir en 2020, mais à l'heure où nous écrivons, la période de confinement laisse supposer que ce délai sera repoussé. L'intérêt pour nous de ce CIAP est le bassin de population de Dijon, qui compte 155.000 habitants, similaire à notre CIAP de référence, à Angers.

Tout comme à Dijon, le projet de Plaine Commune risque de ne pas voir le jour à la date prévue, en 2021. Ce CIAP nous intéressait par sa proximité avec Paris, au très fort pouvoir attractif, mais présente une différence très importante puisqu'il s'agit d'un Pays d'Art et d'Histoire, et non d'une ville. Cette communauté de neuf communes abrite un patrimoine remarquable et mondialement célèbre, dont la basilique-cathédrale de Saint-Denis et les Puces de Saint-Ouen. Elle est également composée d'un très riche patrimoine plus méconnu. Ses enjeux auprès de sa population y sont conséquents, mais l'attachement pour sa gouvernance d'y développer le tourisme y est peut-être encore plus fort, comme nous le constaterons plus bas.

Pontoise, elle aussi en Ile-de-France, affiche forcément quelques points similaires avec Plaine Commune par sa situation géographique, dans le Nord-Ouest de Paris. Elle présente aussi l'intérêt d'être une ville... et d'avoir créé un CIAP déjà ouvert et facilement accessible pour nous.

Quant au CIAP de Bordeaux, à la dimension de métropole et au local partagé avec l'office de tourisme de la ville, il est déjà ouvert depuis plusieurs années. Il nous permet de voir ce qu'il est possible de réaliser avec beaucoup de moyens et en parallèle de labels bien plus puissants que celui de Ville et Pays d'Art et d'Histoire.

L'observation participante : Nous nous sommes rendus deux fois à Angers dans le cadre de cette enquête, le 6 septembre 2019 et le 24 juillet 2020. Chaque fois nous avons eu la possibilité, offerte par Mme Vitard-Gibiat, de visiter les locaux d'Angers Patrimoines.

La première fois, le service disposait de locaux dans une école élémentaire. Ils étaient fermés au public, mais pouvaient accueillir des visiteurs dans le cadre d'ateliers ou de rencontres organisées par les agents.

En juillet 2020, changement de décor : Angers Patrimoines disposait de son nouveau CIAP au sein du Repaire Urbain, en plein centre historique de la ville. Cette visite nous a offert

l'occasion d'observer de quelle façon les publics y sont accueillis et comment sont disposés les différents espaces. Pour autant, un sérieux biais à cette observation nous a empêchés de vivre l'expérience comme un visiteur lambda, puisque le personnel d'accueil connaissait la raison de notre présence.

Entre ces deux visites, nous avons eu l'occasion de rencontrer Mme Pauline Prévot au CIAP Carré Patrimoines de Pontoise, le 28 janvier 2020. Le CIAP était fermé ce jour-là, notre observation présente un biais similaire à celui d'Angers. Notre visite privative nous a permis de constater comment un CIAP pouvait s'intégrer dans le patrimoine local sur une surface restreinte et aux contraintes fortes. Nous avons pu y observer comment les ressources numériques et classiques peuvent se compléter, dans une scénographie bien pensée.

Le plan

Chacune des trois parties suivra l'une de nos hypothèses, dans l'ordre d'énonciation ci-dessus. Ainsi, la première nous permettra de développer notre étude de l'interprétation, des CIAP et de la stratégie des publics. Notre recherche portera sur notre corpus le plus large, à savoir l'ensemble des Villes et Pays d'Art et d'Histoire de France et leurs CIAP.

Nous analyserons dans notre seconde partie les politiques des publics des collectivités territoriales et leur communication via - et pour - les CIAP, qu'ils soient en projet ou déjà ouverts au public. Pour cela, nous utiliserons les exemples fournis par notre corpus restreint de Villes et Pays d'Art et d'Histoire, à savoir Bordeaux, Dijon, Plaine Commune et Pontoise.

Enfin, nous aborderons plus particulièrement le territoire de la ville d'Angers dans notre troisième partie. Nous y questionnerons la création d'un CIAP dans un territoire labellisé depuis plusieurs décennies, et travaillerons plus particulièrement sur les métiers de médiation et de direction des Publics.

Partie I - À chaque CIAP sa stratégie des publics

Par nature, le patrimoine (...) n'est accompli que dans la mesure où sa valeur est ressentie, comprise et transmise de génération en génération.

Serge Chaumier et Daniel Jacobi,
*Nouveaux regards sur l'interprétation
et les centres d'interprétation, 2008*

Les CIAP et les Villes et Pays d'Art et d'Histoire s'inscrivent dans un contexte patrimonial particulier, hérité de plusieurs décennies de réflexions et de décisions sur le plan national, régional et local. Ils donnent à voir leur patrimoine en mettant l'accent sur les éléments considérés par les municipalités comme représentatifs de leur territoire, et l'interprètent auprès d'un public constitué d'habitants, de jeunes et de touristes.

Nous souhaitons décrypter ici ce que recouvre cette notion d'interprétation et ce qu'est un CIAP, dans quel contexte politique et culturel cet équipement évolue et comment il peut aborder la question des publics selon le cadre dans lequel il est créé. Nous chercherons ainsi à répondre à notre première hypothèse : **il semble que chaque CIAP définisse sa stratégie des publics et de là son service des publics au vu de son territoire et de ses parties prenantes.**

1. L'interprétation au regard de la politique culturelle en France

Nous l'avons rapidement compris en parlant de notre sujet de recherche autour de nous, la notion d'interprétation est difficile à cerner. Son sens doit être clair pour introduire ensuite la définition des centres d'interprétation et des CIAP.

1.1. Aux origines de l'interprétation

L'interprétation naît dans les années 1920 du travail d'Enos Mills, un naturaliste américain, et de John Muir, un écrivain écossais. Elle ne sera vraiment popularisée que dans les années 50 par Freeman Tilden, un journaliste lui aussi américain. À cette époque, Tilden étudie la médiation à l'œuvre dans les parcs naturels nord-américain, et propose dans son livre *Interpreting Our Heritage* (1957) une vision de ce qu'elle devrait être, grandement inspirée du travail d'Enos Mills et de John Muir.

Les professionnels français de la muséologie en ont extrait leur définition de l'interprétation :

L'interprétation est une activité qui veut dévoiler la signification des choses et leurs relations par l'utilisation des objets d'origine, l'expérience personnelle ou divers moyens d'illustration plutôt que par la communication d'une simple information sur des faits.

Si cette notion ne s'applique à l'origine qu'aux parcs naturels, et non à des expositions en milieux clos, elle porte en elle une nouvelle approche révolutionnaire de la muséologie : le public devient central, c'est autour de lui et pour lui que la médiation se crée. L'idée est de prendre en compte ses émotions pour lui transmettre les clés de compréhension du patrimoine. Avant cela, c'était autour des œuvres que toute la médiation était organisée. C'était le *credo* même d'André Malraux pour qui l'œuvre ne s'expliquait pas, mais se vivait et devait se comprendre par elle-même.

Volte-face dans les institutions culturelles : il n'est désormais plus question de laisser le public seul face à l'œuvre. Avec la technique de Tilden, l'interprétation se base sur un savoir scientifique du patrimoine et propose une médiation en face-à-face, centrée sur le point de vue et l'expérience de son public auquel l'interprète doit s'adapter. Pas question d'écrire un parcours identique pour tout le monde ! L'idée est de fournir des clés de compréhension du patrimoine local, certes, mais aussi que chacun s'approprie ce savoir, et le perçoive à sa façon, quelle que soit son expérience personnelle. Comme l'explique Nicolas Navarro dans son article *Les animateurs de l'architecture et du patrimoine au sein du label « Ville et Pays d'Art et d'Histoire (In Situ, Revue des patrimoines, 2016)*²³, l'interprétation est une théorie communicationnelle singulière qui utilise le point de vue du visiteur.

Avec l'interprétation, plus question de donner des informations de façon verticale, la confrontation des idées et la perception émotionnelle sont plébiscitées. Ce qui peut dans certains cas avoir des effets pervers, d'ailleurs : ainsi la transmission des connaissances sur les collections et le patrimoine se retrouvent en seconde ligne dans cet échange...

Arrivée en Europe puis en France dans les années 70, le terme d'*interprétation* n'apparaît réellement que dans les années 90, à la création des premiers centres d'interprétation, sous lesquels peuvent se cacher aussi bien des musées que des sentiers de découverte dans les parcs naturels. On s'éloigne peu à peu de la définition de Tilden, qui n'avait pas prévu que

²³ Navarro, Nicolas. Les animateurs de l'architecture et du patrimoine au sein du label « Ville et Pays d'art et d'histoire » : construire une légitimité face aux acteurs des politiques publiques locales du patrimoine. *In Situ, Revue des patrimoines : Au regard des métiers du patrimoine*. 2016, n°30|2016, page 8

l'interprétation soit utilisée dans des salles closes. Mais son principe basé sur les cinq sens et les émotions reste fondamental.

1.2. Centre d'interprétation et musée, quelles différences ?

On peut maintenant se poser la question : si l'interprétation modifie la façon de transmettre notre patrimoine pour tous les professionnels de la médiation culturelle, pourquoi chercher un nouveau nom à des équipements qui ressemblent autant à des musées ?

Les premiers centres d'interprétation ont été créés dans les parcs naturels, mis en place dans les années 70. Ces espaces permettaient de développer l'intérêt du public pour des sites naturels protégés. Mais à cette époque, les musées n'avaient pas une image très « vivante » ... et dépendaient du ministère de la Culture, contrairement aux parcs naturels, placés sous la tutelle du ministère de l'Environnement. Pas question de mélanger les genres ! Aujourd'hui, les CIAP dépendent eux aussi du ministère de la Culture. Si leur démarche est la même que celle des premiers centres d'interprétation, ils se distinguent toujours des musées. Cela explique qu'ils aient conservé ce nom.

Nous pensons maintenant utile de revenir sur la définition actuelle des centres d'interprétation proposée par Serge Chaumier et Daniel Jacobi, puis de celle mouvementée des musées.

En 2008, dans la revue professionnelle « La Lettre de l'OCIM »²⁴, les deux professeurs en muséologie proposent une définition des centres d'interprétation que nous relevons :

Un centre d'interprétation est un espace muséographique avec ou sans collection, à visée de mise en valeur et de diffusion d'un patrimoine singulier et impossible à réunir dans un musée classique, destiné à accueillir un large public en recourant de préférence aux affects plus qu'à la seule cognition.

De son côté, l'ICOM, le Conseil international des musées, association internationale des professionnels de la muséologie, est à l'origine de la définition actuelle des musées, fixée en 2007 :

Un musée est une institution permanente sans but lucratif au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation.

²⁴ Chaumier, Serge et Jacobi, Daniel. Nouveaux regards sur l'interprétation et les centre d'interprétation. - *Lettres de l'OCIM*, septembre - octobre 2008, n°119. Page 6.

Cette définition, que nous avons décidé de conserver comme base pour ce travail de recherche, est aujourd'hui remise en question. L'an dernier, un grand débat a eu lieu autour d'elle car l'ICOM souhaitait en faire adopter une nouvelle :

Les musées sont des lieux de démocratisation inclusifs et polyphoniques, dédiés au dialogue critique sur les passés et les futurs. Reconnaisant et abordant les conflits et les défis du présent, ils sont les dépositaires d'artefacts et de spécimens pour la société. Ils sauvegardent des mémoires diverses pour les générations futures et garantissent l'égalité des droits et l'égalité d'accès au patrimoine pour tous les peuples.

Les musées n'ont pas de but lucratif. Ils sont participatifs et transparents, et travaillent en collaboration active avec et pour diverses communautés afin de collecter, préserver, étudier, interpréter, exposer, et améliorer les compréhensions du monde, dans le but de contribuer à la dignité humaine et à la justice sociale, à l'égalité mondiale et au bien-être planétaire.

Cette proposition a soulevé un tollé dès sa publication en juillet 2019. Les membres de l'ICOM, qui devaient valider cette définition lors de leur dernier congrès, en novembre 2019, ont dû en reporter le vote en 2022. Beaucoup plus alambiquée, cette nouvelle définition nous pose un problème, à nous aussi. Elle est pourtant intéressante : en l'état, à ce point vague et voulant toucher tous les types de musées du monde, elle pourrait quasiment englober les centres d'interprétation, pourtant différents à plus d'un titre.

En effet, un centre d'interprétation propose une médiation sur un patrimoine le plus souvent impossible à réunir dans un bâtiment clos. À l'inverse, un musée étudie, conserve et présente une collection réunie en un même lieu. Les musées ont une mission de recherche scientifique. Les centres d'interprétation, eux, peuvent stopper leurs recherches une fois leurs expositions montées, ou leurs centres de ressources et de documentation bien définis. Et l'interprétation, cette méthode particulière de médiation, comme nous l'avons vu plus haut, n'était pas jusqu'à présent obligatoire dans les musées. Eux pouvaient tout à fait proposer une autre technique plus statique, sans face-à-face avec le public... Pour autant, on voit que peu à peu ces deux typologies d'équipements culturels pourraient bien fusionner et proposer le même genre de médiation.

1.3. Un nom difficile à porter

Dans l'esprit du public, en tout cas, la différence entre les deux est très difficile à distinguer. Expliquez à un visiteur qu'il n'a pas vu un musée au Pont du Gard mais un centre d'interprétation, et vous risquez de le laisser coi... Encore mieux, quand la plupart des centres d'interprétation peuvent être comparés à des musées, d'autres sont plus proches de parcs d'attraction. Pensez au Futuroscope, à Poitiers, ou à Vulcania, en Auvergne : ce sont des centres d'interprétation !²⁵ Alors comment rendre clair aux yeux du public le principe d'un équipement culturel qui n'en porte jamais le nom, voire qui porte celui d'un autre type d'équipement ?

En analysant l'ensemble des Villes et Pays d'Art et d'Histoire, nous découvrons la proportion des centres d'interprétation portant le nom de CIAP. C'est un indicateur intéressant pour saisir l'intégration de cette dénomination dans le paysage culturel français. Sans grande surprise, nous constatons que sur les quarante-et-un CIAP ouverts en février 2019, vingt-et-un ne contiennent pas l'acronyme CIAP. D'autres, à l'inverse, comme le Pays de l'île/CIAP à Annecy, le Château de Sainte-Suzanne/CIAP en Mayenne ou le Camp de la transportation/CIAP à Saint-Laurent du Maroni, en Guyane, ne portent la mention du centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine qu'en sous-titre. Ces dénominations sont vouées à être moins utilisées que la partie plus littéraire de leur nom.

Nous verrons plus en détail dans la deuxième partie de ce mémoire ce que ce problème de dénomination implique pour la communication des VPAH.

2. Les CIAP : une inscription dans le paysage culturel territorial

Et nous en arrivons à notre sujet central. Mais avant de décrire ce qu'est un CIAP, il est nécessaire de revenir sur son contexte de politique culturelle et de définir son cadre, à savoir le label « Ville et Pays d'Art et d'Histoire » (VPAH).

²⁵ Lire à ce propos l'essai passionnant de Marc Terisse, *Le centre d'interprétation dans tous ses états : un équipement à la frontière du musée et du parc d'attractions*. (Paris : Complicités /éditions de l'OCIM, 2017).

2.1. Une politique culturelle à la française

La politique culturelle française, qui trouve ses origines dans celles de l'État lui-même, a trouvé après plusieurs essais infructueux un essor important à la toute fin des années 50. Sur demande de Charles de Gaulle, André Malraux crée le ministère de la Culture en rassemblant de nombreuses entités culturelles préexistantes. Ils affichent alors la volonté d'équilibrer l'offre culturelle dans tout le pays. La démocratisation culturelle, qui doit permettre l'accès de chacun aussi bien à la culture officielle, institutionnalisée, qu'à la culture vivante et populaire, est accompagnée de la volonté d'une décentralisation culturelle. Celle-ci se concrétise notamment en 1977 par la généralisation des DRAC, les Directions régionales des affaires culturelles. La politique de Malraux a l'intérêt d'amener les œuvres quasiment partout en France. Elle est pourtant rapidement critiquée par les professionnels du monde de la Culture : selon lui l'art ne s'explique pas, il n'est pas question de faire de pédagogie pour faire découvrir et apprécier l'art et le patrimoine. Or, les enquêtes menées prouvent que cet élitisme ne permet pas à des personnes éloignées de l'art de se l'approprier. Pire, il effraie le public non-initié, au lieu de lui transmettre ses valeurs de partage de la connaissance et d'ouverture aux autres, de rééquilibrer la justice sociale et d'apporter un équilibre face à l'industrie, aux médias et à la consommation de masse...

Il s'agit alors de rendre le patrimoine, l'art et la culture plus accessible. Comme nous l'avons vu plus haut, la médiation culturelle s'enrichit de nouvelles approches, comme celle de l'interprétation, et se veut plus concrète et abordable. L'éducation populaire se développe. Dans chaque département des équipements culturels de proximité, des festivals etc. sont créés. Cette décentralisation culturelle remplit une mission importante, celle de rendre notre société plus créative et plus compétitive, une société dite « de l'information et de la connaissance », accessible même aux populations les plus démunies. Pour ne pas se faire doubler par d'autres pays sur le marché mondial, il faut permettre à tous de s'élever, d'être capable de comprendre le monde et d'imaginer celui qui vient. De nouveaux lieux culturels voient le jour partout en France, tant pour découvrir que pour s'exercer, manipuler, pratiquer les arts et les sciences²⁶.

2.2. Un label qualitatif sous la tutelle du ministère de la Culture

Le label des Villes et Pays d'Art et d'Histoire est la deuxième étape d'une politique nationale de protection des centres villes historiques menée par le ministère de la Culture, les « secteurs sauvegardés ». Ceux-ci consistaient en une valorisation d'envergure des centres anciens.

²⁶ Sur ce thème, l'article de Dominique Pagès est éclairant (op. cit. p.14)

Rapidement, les pouvoirs publics se sont rendu compte que, pour promouvoir le tourisme de ces villes, réhabiliter le bâti et l'urbanisme ne suffit pas. Une médiation est nécessaire pour les rendre attractives.

Mais les acteurs politiques se sont alors rendu compte qu'il pouvait être bon de toucher également les habitants, et plus particulièrement les jeunes. Ces derniers seront plus tard les forces vives de la protection du patrimoine... Il fallait aller au-delà des seules questions de développement du tourisme.

C'est dans ce contexte qu'apparaît le label des « Villes et Pays d'Art et d'Histoire », en 1985. Créé par le ministère de la Culture, il est délivré sur dossier par les DRAC aux villes et agglomérations soucieuses de la valorisation et de la sensibilisation à leur patrimoine, quel qu'il soit.

C'est l'une des mesures prises par le ministère depuis une trentaine d'années pour développer son partenariat avec les collectivités territoriales, et dans le même temps pour assurer la fameuse décentralisation culturelle, attendue depuis des dizaines d'années.

Puis dans le milieu des années 90 naît l'idée d'apporter une exposition permanente à ces VPAH. On ne parle pas tout de suite de centre d'interprétation. C'est la publication du guide « CIAP : Mode d'emploi » qui change peu à peu les choses. En 2008, le renouvellement de la labellisation des territoires devient décennal : c'est à ce moment que la création d'un CIAP devient contractuellement obligatoire.

Après trente ans d'existence, le label est plutôt bien reconnu par les publics, selon la très grande majorité des professionnels avec qui j'ai pu en discuter.

Seule l'animatrice de l'architecture et du patrimoine de Plaine Commune, Charlotte Saint-Jean, me laissait entendre lors de notre entretien que le label est encore trop méconnu pour être une priorité des élus sur son agglomération. Cette réponse ne correspond pas à ce que nous avons pu entendre d'autre part ; elle s'explique par la mise en place d'un autre label dans la collectivité, celui de « Territoire de la culture et de la création » qui lui permet de s'imposer dans le Grand Paris, priorité de Plaine Commune.

Cette information est très intéressante, et intervient dans une période où la profusion des labels pose problème. C'est ce que nous rappelle Mme Prévot, l'animatrice de l'architecture et du patrimoine de Pontoise : le ministère de la Culture chercherait à regrouper ensemble certains labels pour en réduire le nombre trop important, qui commence à en masquer l'intérêt. La question de l'existence de celui des Villes et Pays d'Art et d'Histoire s'est posée. Coup de tonnerre dans Landerneau !

Car selon les animateurs de l'architecture et du territoire, ce serait une grave erreur. Après tout, le label des VPAH n'est pas un label touristique. Il n'a pas été conçu selon cette idée, on ne peut pas le comparer à d'autres soutenus par le ministère de l'artisanat, du commerce et du tourisme, par exemple. C'est un label qualitatif, local et territorial, qui soutient la sauvegarde du patrimoine et la démocratisation culturelle et qui dépend de la Direction générale des patrimoines du ministère de la Culture. Le balayer, ce serait supprimer ou amoindrir trente ans d'efforts conjugués partout en France. Inenvisageable !

Car ces labels servent aussi à développer, voire relancer la « marque » d'une ville. Difficile de les abandonner quand vous travaillez pendant des années à les obtenir, puis à les conserver ! S'ils sont aussi importants pour les collectivités, c'est qu'ils ont le pouvoir de redynamiser toute une ville et de fédérer les habitants autour d'un projet commun. S'ils sont mis en place dans les règles de l'art, bien entendu.

Nous avons demandé à M. Fenneteau, en charge des labels patrimoniaux de la DRAC des Pays de la Loire, si ce « nettoyage » des labels est vraiment à l'ordre du jour. Or selon lui il n'est pas vraiment question d'en supprimer, mais plutôt d'en déconcentrer la gestion. Ainsi, depuis le 1^{er} janvier 2020 la signature des dossiers de demande de labellisation ne sont plus soumis directement au ministère de la Culture. Ils sont désormais co-signés par les DRAC et les CRPA, les Commissions Régionales du Patrimoine et de l'Architecture.

Nous avons demandé la raison de cette déconcentration, s'il s'agissait d'une volonté née il y a longtemps. Elle aurait permis, par exemple, de lancer le label et son réseau au niveau national pour en laisser dans un deuxième temps la gestion aux territoires. Mais selon lui, cette décision ministérielle est très actuelle, et découle du mouvement... des Gilets jaunes. Cette réponse nous a vraiment surprise, et pourtant : l'idée du ministère en laissant ainsi la main aux DRAC est de rapprocher les décisions des citoyens. À voir sur le long terme si tous les citoyens en prendront connaissance. Car, toujours selon M. Fenneteau, une très large partie de la population ignore totalement ce qu'est une DRAC.

Ainsi, les DRAC, services déconcentrés du ministère de la Culture, prennent peu à peu plus de responsabilités sur la gestion des labels dans leurs territoires. Pour ce faire, leurs moyens sont tous à peu près les mêmes d'une DRAC à l'autre, mêmes si elles peuvent dépendre dans certains cas de leur Conseil régional de référence. Nous remarquons toutefois qu'elles sont dans ce cas sous la responsabilité de personnes différentes, qui peuvent ne pas avoir les mêmes priorités. Un écart peut ainsi se faire sentir dans la gestion des VPAH par les DRAC, selon les régions...

2.3. Une politique patrimoniale locale... initiée à l'échelon national

La plupart du temps ce sont les élus qui signalent à leur DRAC l'intérêt pour eux de signer la convention du label des VPAH. M. Fenneteau, à la DRAC des Pays de la Loire, nous explique que les collectivités souhaitent souvent se voir décerner le label pour que la valeur patrimoniale de leur territoire soit reconnue à l'échelle nationale. Car ce label du ministère de la Culture est un gage de qualité vraiment intéressant.

Le label n'est pas décerné au hasard. Il est exigé de la localité demandeuse un réel engagement pour la sauvegarde et la valorisation de son patrimoine. Le périmètre à labelliser doit être clairement défini, et présenter une certaine cohérence historique, géographique, culturelle et démographique. Il faut que le territoire en question ait la volonté de se développer localement au travers de ce patrimoine. Une fois ces exigences remplies, il est ensuite demandé la rédaction d'un mémoire, puis d'un dossier de candidature, avant, enfin, de pouvoir inscrire sa candidature à une séance du Conseil régional de l'Architecture et du Patrimoine.

Ces documents demandent donc à la collectivité candidate de mettre en valeur toutes les actions menées pour son patrimoine local, qui seront scrutées dans leurs moindres détails. Et c'est là que nous commencerons à discerner deux informations importantes sur sa politique culturelle et patrimoniale. D'abord, nous verrons de quels choix elle est l'héritière. Quelles ont été les actions déjà mises en œuvre en matière d'urbanisme, quels événements et périodes l'ont modelée, etc... Il apparaîtra ensuite ce que la municipalité ou le conseil de la communauté de commune prévoit de faire, la vision qu'elle a de son territoire.

Un patrimoine ne naît pas naturellement, il est un construit social, résultat de décisions prises par des décideurs politiques. Nous l'avons abordé en introduction : un lieu doit être reconnu scientifiquement et juridiquement pour être défini comme patrimonial, avant de l'être par les habitants du territoire. Donc si une DRAC reconnaît un lieu comme patrimonial, elle lui donne une existence juridique, qui sera ensuite complétée par une inscription à l'inventaire du patrimoine de la région et/ou de la collectivité. Le choix politique local de distinguer tel ou tel patrimoine s'appuie ainsi sur une évidence scientifiquement prouvée...

Deux articles universitaires détaillent cet aspect politique. Le premier, écrit par Vincent Verschambre²⁷, nous parle tout particulièrement d'Angers. Dans cet article très engagé, voire virulent, il rappelle combien le choix de ce qui fait patrimoine ou non présente un caractère politique très fort. Les tensions entre usagers de la ville, associations de défense du patrimoine et élus donnent leur pleine mesure lors de la mise en œuvre des décisions urbanistiques et

²⁷ Verschambre Vincent. Une mémoire urbaine socialement sélective : Réflexions à partir de l'exemple d'Angers. *Les Annales de la recherche urbaine : Ce qui demeure*, n°92, 2002. Pages 65 à 73

patrimoniales. Elles se ressentent ensuite durablement dans le caractère singulier de chaque localité.

Il nous raconte notamment que le choix fait le plus souvent de préserver en priorité les édifices religieux, militaires ou de pouvoir, tels que les châteaux, palais, grandes demeures, etc. n'est pas anodin. Tous les groupes sociaux n'ayant pas la même facilité à faire valoir leur patrimoine comme valable et digne d'être conservé, les monuments entretiendraient ainsi le souvenir des puissants. Car cette question de la conservation des lieux et monuments de pouvoir a été forgée au XIX^e siècle, après la Révolution française, par des sociétés savantes constituées d'hommes de pouvoir. Heureusement, cette notion de patrimoine s'ouvre de plus en plus et touche maintenant l'histoire des autres classes sociales. Vincent Verschambre parle de ce « petit patrimoine » aujourd'hui reconnu : habitats ruraux, bâtiments industriels et contemporain, ... Ce petit patrimoine est aussi admis par les institutions étatiques comme le Sénat, qui reconnaît l'importance patrimoniale des ensembles urbains, des calvaires, lavoirs, etc...²⁸ Selon les deux rapporteurs Sonia de la Provôté et Michel Dagbert, il est d'ailleurs nécessaire aux communes de repérer et inventorier ces édifices pour apporter une valeur patrimoniale à leur collectivité.

Il est intéressant de croiser l'article de Vincent Verschambre avec celui de Mathieu Gigot²⁹, sur la patrimonialisation des centres historiques. Lui prend trois villes de la Vallée de la Loire en exemple : Angers, Tours et Orléans. Il explique combien, tout en conservant une certaine spécificité, les centres anciens deviennent de plus en plus similaires. Les choix de mettre en valeur le même type de bâtiments, de piétonniser certaines rues commerçantes en utilisant des mobiliers urbains similaires ne sont pas sans conséquences. Peu à peu, les différences entre les communes sont de plus en plus ténues, elles semblent perdre en partie de leur identité propre.

Cette question des centres anciens croise ce que nous expliquait M. Fenneteau. Une fois un centre-ville historique réhabilité, il est plus que nécessaire de mettre en place une médiation auprès des touristes, habitants et jeunes pour raconter ces villes. Leur particularité naîtra aussi du récit et des clés de compréhension que les interprètes en donneront.

Après plusieurs guerres et une vétusté héritée d'un manque d'entretien et de moyens, une politique locale de sauvegarde et de valorisation des centres historiques était nécessaire. Elle a permis de dynamiser les centres-villes, et de développer leur attractivité touristique. Mais

²⁸ De la Provôté, Sonia et Dagbert, Michel. Les maires face au patrimoine historique architectural : protéger, rénover, valoriser : Rapport d'information fait au nom de la délégation aux collectivités territoriales. Paris : Sénat. 13 Mai 2020, n° 426 (2019-2020).

²⁹ Gigot Mathieu. Des effets paradoxaux de l'action publique patrimoniale : entre valorisation des spécificités urbaines et standardisation des espaces centraux historiques. Presses Universitaires de Rennes / Revue Norois, n°249, 2018/4. Pages 7 à 20.

cette même politique semble uniformiser les villes... Est-il à craindre la même chose des CIAP ? M. Fenneteau ne le pense pas, ne l'espère pas ! Nous allons voir pourtant que le guide du ministère de la Culture pour la conception des CIAP peut avoir un effet similaire à la politique menée dans les centres anciens...

2.4. Le projet scientifique et culturel, localement défini

Une fois le label obtenu, les Villes et Pays d'Art et d'Histoire ont beaucoup d'obligations. Ils doivent créer un service d'animation de l'architecture et du patrimoine et engager une équipe qualifiée. Celle-ci est dirigée par un animateur de l'architecture et du patrimoine, recruté sur concours. Cet AAP devra notamment travailler avec les offices du tourisme, voire former les guides-conférenciers locaux. Les médiateurs doivent sensibiliser leurs habitants à leur patrimoine, développer un tourisme qualitatif et éduquer les élèves et étudiants de leur territoire à l'urbanisme, au patrimoine et à l'architecture. Et la ressource principale pour coordonner toutes ces mesures, c'est le Centre d'Interprétation de l'Architecture et du patrimoine, le CIAP.

Il peut prendre plusieurs formes, selon les besoins et les contraintes de ses commanditaires. Il respecte pourtant en général de très près le document publié par le ministère de la Culture en 2007, le *Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine : Mode d'emploi*³⁰.

Ce guide, très pratique, technique, contient quelques exemples tirés des premiers CIAP et traite de tous les sujets qui doivent préoccuper les responsables de projets de CIAP. Il décrit notamment le rôle de chaque acteur de ce projet, du maître d'ouvrage au conducteur de projet (*a priori* l'animateur de l'architecture et du patrimoine), en passant par les comités consultatifs scientifique et culturel. Il propose un grand nombre de recommandations pour que ces CIAP correspondent aux objectifs fixés par le label VPAH. Il les aide, en fait, à penser leur projet et à rédiger leur Projet Scientifique et Culturel (PSC), le cahier des charges nécessaire à la création de ces équipements.

Le projet scientifique et culturel qui découle de l'application de ce mode d'emploi donne la mesure du projet de CIAP, et le dessine.

C'est un document précieux pour tous ses intervenants. Il présente d'abord le territoire et le patrimoine sur lequel il opère, son organigramme et son organisation (horaires, gestion du personnel, etc...). Il décrit ses différents espaces physiques, les thèmes abordés et les ressources prévus par la médiation, les publics qu'il entend accueillir en priorité. Il liste les études scientifiques qui ont permis de délimiter le projet, les sources d'informations des

³⁰ Op. cit. p. 12

contenus présentés au public, les prestataires choisis, ainsi que le budget et les moyens qui devront être prévus par la collectivité pour sa création puis sa gestion. De premiers indicateurs y sont également relevés, selon les données déjà récoltés sur le territoire.

Ce cahier des charges, qui doit être le plus complet possible, peut être rédigé avec l'aide d'un assistant à maîtrise d'ouvrage (AMO) spécialisé dans le domaine des équipements culturels, voire très précisément dans celui des CIAP. Une fois validé par les comités culturels et scientifiques ainsi que par les élus, il sert de support de discussion à tous les acteurs du projet, dont les architectes, les élus, les AAP et différents prestataires.

3. Des enjeux ministériels adaptés aux nécessités territoriales ?

En 2014, Nicolas Navarro relevait dans son article *Politiques patrimoniales et touristiques des territoires : les CIAP*³¹ que les trois objectifs principaux de la convention des VPAH sont de « sensibiliser les habitants à leur cadre de vie et inciter à un tourisme de qualité ; initier le jeune public à l'architecture, au patrimoine et à l'urbanisme ; présenter la ville ou le pays dans un Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine ». Au travers de ce label, la collectivité a d'abord pour mission de fournir aux visiteurs les clés de compréhension du patrimoine local. Elle doit ensuite leur donner envie de visiter son territoire et ses autres équipements culturels pour approfondir et mieux comprendre encore ce qui en fait la valeur.

Si le CIAP est un objectif en soi, selon cette convention, il doit évidemment remplir les deux précédents. Il s'agit d'ailleurs plus d'un véritable levier au service de la politique de développement territorial que seulement d'un objectif...

3.1. Le CIAP, doublon ou complément d'équipement culturel ?

Nous l'avons vu, le CIAP est un projet qui touche beaucoup de personnes, des élus, des services publics locaux, des responsables du patrimoine au niveau régional et national, des scientifiques de tous bords, des citoyens, c'est entendu. Mais ne fait-il pas parfois doublon avec d'autres équipements culturels existants ? Après tout, il existe déjà pléthore de musées de villes, d'éco-musées, d'équipes de médiation sur des patrimoines bien précis en activité sur l'ensemble du territoire français. Est-ce que l'obligation pour les collectivités labellisées d'ouvrir un CIAP n'est pas parfois un peu abusive ?

³¹ Navarro, Nicolas. *Politiques patrimoniales et touristiques des territoires : Les centres d'interprétation de l'Architecture et du Patrimoine. Culture et Musées : Tourismes et médiations des patrimoines. 2014, n° 23, page 88*

À cette question, deux ingénieurs culturels que nous avons pu interroger, Simon Sappa et Thierry Fernandez-Soler, sont unanimes. Tous les deux responsables d'agences travaillant parfois comme AMO ou consultants sur des projets de CIAP, ils nous expliquent qu'un tel équipement culturel n'est jamais un doublon de l'existant, mais plutôt un complément bien utile à l'ensemble du territoire. Il ne serait accepté par personne de gâcher durablement l'argent public d'un territoire. Un CIAP doit plutôt permettre de mutualiser les moyens que de les démultiplier, et doit valoriser tout le patrimoine de son territoire, musées compris. Il est considéré comme une porte d'entrée du patrimoine d'un territoire, et se trouve au carrefour des propositions culturelles de la collectivité.

Il ne faut pas oublier que le patrimoine rapporte aux collectivités. Un rapport du Sénat publié en mai 2020³² rappelle ainsi que pour un euro investi dans ce secteur, ce sont trente euros de retombées économiques pour le territoire.

M. Fernandez-Soler nous raconte un exemple éclairant : à Montbéliard, dans le Doubs, les élus ont fait appel à ses services pour dynamiser l'offre culturelle de son château. Construite sur un éperon rocheux en surplomb de la ville, l'ancienne demeure des Ducs de Wurtemberg abrite trois musées : celui du château, un musée archéologique et un autre d'histoire naturelle. Pourtant, son accès difficile pour les habitants et visiteurs en centre-ville pose un gros problème, il peine à trouver son public. Après une étude sur le terrain, M. Fernandez-Soler se rend compte que plusieurs espaces du château, actuellement fermés au public, présentent un intérêt fort.

Se dessine alors, en plus d'un important travail sur l'accessibilité du lieu, un projet de médiation capable d'en faire un pôle d'attraction culturel pour les habitants et les touristes. Or ce pôle ressemble de plus en plus à un centre d'interprétation. Ce qui tombe à merveille : la communauté de commune Pays de Montbéliard a obtenu le label Pays d'Art et d'Histoire, elle est dans l'obligation contractuelle de créer son CIAP... Ainsi, cet équipement ne vient pas en doublon, mais en solution pour dynamiser les musées existants et l'ensemble de l'agglomération. Et ainsi, en minimiser les frais à l'échelle de tout le territoire.

3.2. Des intérêts forts partagés à tous les échelons

Mettons-nous maintenant un instant à la place de nouvelles municipalités ou de nouveaux conseils communautaires, tout juste élus. Cet investissement n'est pas toujours évident à faire pour les municipalités dont les fonds sont réduits. D'autant plus quand la décision a été prise

³² Op. cite page 30

par d'anciens élus. Les priorités d'une localité peuvent changer, mais les coûts, eux, restent, ce qui peut dans certains cas faire du CIAP un poids trop lourd à porter. M. Fenneteau nous explique que dans ce cas, il est tout à fait possible de dénoncer la convention auprès de leur DRAC. La « délabellisation » est toutefois assez rare : perdre ce gage de qualité, cette reconnaissance aux yeux du publics et des pouvoirs publics est risqué... Entre reconnaissance de son patrimoine, apport touristique et subventions pour le patrimoine, plus facilement obtenues quand la collectivité fait preuve de bonne volonté, la balance a tendance à pencher du côté du label...

Dans l'ensemble, M. Fenneteau estime les relations entre les DRAC et les collectivités plutôt bonnes, consensuelles. N'oublions pas que ce sont les collectivités qui viennent vers les DRAC pour obtenir le label, pas l'inverse. Et elles sont demandeuses : par exemple, le jour de notre appel, en plein mois d'août 2020, pas moins de trois localités l'avaient contacté pour savoir comment monter un dossier de labellisation. Ce « succès » suit une certaine saisonnalité : les municipalités nouvellement élues souhaitent marquer leur mandat d'un geste fort pour leur patrimoine. La mise en place d'un label VPAH en est un !

En étudiant les discours autour des CIAP, nous avons relevé plusieurs objectifs qui, s'ils croisent ou accompagnent ceux de la convention, sont adaptés à chacun des territoires, voire de leurs élus. Serge Chaumier et Daniel Jacobi nous le rappellent très bien dans leur livre *Exposer des idées : du musée au centre d'interprétation* (Paris, 2009)³³ : les centres d'interprétation doivent éduquer et informer les habitants et ouvrir à la discussion sur les enjeux du patrimoine dans le territoire.

Nous relevons d'abord un consensus : l'intérêt d'un CIAP est de parler de tous les quartiers de sa collectivité. Anciens ou plus récents, populaires ou non, tous ont des choses à dire, à montrer. C'est la grande leçon des expositions sur les quartiers des Cordeliers et des Louvrais, à Pontoise. Réalisées récemment, elles donneront lieu à deux livrets de la collection « Focus » dans les mois qui viennent. Ces expositions, d'abord présentées au CIAP, sont mobiles et vont être déployées dans plusieurs lieux de la ville, dont ces deux quartiers. C'est un vecteur de fierté pour les habitants, qui parfois redécouvrent leur lieu de vie et en comprennent mieux la raison d'être. C'est un moment d'échange aussi, de partage, et de nouveaux témoignages, parfois illustrés de photos et de documents conservés dans les familles. Confiés aux médiateurs, ils viennent nourrir les archives et les discours portés par la ville. Sans se voiler la face sur les difficultés rencontrées dans certains quartiers qui ont besoin d'être réhabilités, cela permet aussi de porter des messages de la mairie vers les habitants, par exemple en leur

³³ Chaumier, Serge et Jacobi, Daniel (sous la dir.). *Exposer des idées : du musée au Centre d'interprétation*. Paris : Complicités, 2009. 200 p. (coll. Privée). P. 151

présentant les projets d'urbanisme en cours ou à venir. Et ainsi les rassurer, parfois, susciter le débat ou les faire patienter...

En cela, nous observons que les CIAP sont un vecteur de lien social. Encore faut-il que ces messages soient compris. C'est tout le travail des animateurs de l'architecture et du patrimoine et des médiateurs qu'ils forment ; ils sont essentiels à la communication de la ville... Pauline Prévot le souligne en insistant sur le rôle social et local de son CIAP. Rôle qui est facilité par la structure même du centre d'interprétation, qui n'est pas un musée, et fait donc moins peur. Il y a ici des éléments qu'on peut toucher, utiliser, s'approprier... et ça change tout.

Même constat à Plaine Commune, où le but est de travailler auprès de chacune des neuf villes de l'agglomération. Si Saint-Denis et Saint-Ouen abritent le patrimoine le plus connu, avec la basilique-cathédrale et les Puces, les autres communes présentent un intérêt notoire, notamment pour leur patrimoine industriel et immatériel, par la mixité incroyable des cultures qui s'y rencontrent, et l'histoire de chaque communauté au sein de cet ensemble. Il est important pour les élus de montrer ce dynamisme et les liens forts qui unissent les neuf communes entre elles. Le CIAP doit y participer.

Notons également à Angers la volonté forte de la mairie, il y a quelques années, de dynamiser les quartiers les plus difficiles et de faire du Service éducatif Ville d'Art et d'Histoire (SEVAH), aujourd'hui nommé Angers Patrimoines, un enjeu de développement culturel : s'il travaille pour toute la ville, sa localisation dans une zone sensible de la ville, le quartier de La Roseraie, devait permettre d'en faire un pôle d'excellence et d'y rendre plus réelle la fameuse démocratisation culturelle. Nous verrons dans la troisième partie que d'un point de vue d'accès à la culture par tous, il était temps de revenir sur cette décision...

3.3. Le CIAP, un levier de communication auprès des habitants et des investisseurs

Les élus utilisent donc les CIAP comme d'un dispositif de communication qui permet de développer un sentiment d'appartenance pour les habitants et une identité forte pour tout le territoire. Ils peuvent en effet y organiser des rencontres ou des expositions autour des projets urbanistiques à venir, et y faire passer leur message auprès des habitants sur tout ce qui concerne de près ou de loin leur patrimoine, qu'il soit matériel ou immatériel.

Le CIAP a le pouvoir de remettre en récit le territoire.

Ce point est loin d'être anodin. Nous l'avons découvert auprès de M. Fernandez-Soler, la valorisation des savoir-faire devient très importante économiquement pour les entreprises et

les collectivités. Elle (ré)anime certains territoires, et devient un élément de communication majeur. Cette communication permet de toucher de gros clients et financiers en recherche de culture et de connaissance, de véracité, d'ancrage dans les territoires.

Après le lien social et la transmission des messages des élus, les CIAP présentent donc un intérêt économique majeur. Et si les entreprises et les financiers peuvent voir un certain prestige à s'installer dans un territoire au patrimoine et à l'identité forte, les villes et pays peuvent également espérer y trouver un apport touristique très important.

Car faire venir, faire revenir et faire rester, tel est l'autre enjeu des CIAP ! Nous avons vu que cet équipement est complémentaire des autres sites patrimoniaux d'un territoire. Plus que cela, il met en œuvre un réseau d'acteurs sur le plan territorial comme à l'échelon national.

Nous l'avons répété déjà plusieurs fois, il a pour mission de donner aux visiteurs les clés de compréhension du patrimoine local, puis de leurs donner envie de visiter son territoire et les autres équipements culturels de la localité. Ainsi, en restant plus longtemps les touristes consomment plus, et sont susceptibles de faire vivre l'économie locale. Cela passe par un déjeuner au restaurant, ou en achetant une glace, des souvenirs, voire en réservant plusieurs nuitées dans les hôtels... Un CIAP est donc un investissement qui doit rapporter, indirectement, et rendre le territoire attractif. Et toujours selon M. Fernandez-Soler, ça s'organise ! Il nous précise d'ailleurs que si le public des scolaires est toujours très important, il ne doit pas passer en tête des publics attendus car sa rentabilité immédiate pour le territoire est forcément moindre que les autres. Pas ou peu d'achats sur place, pas de possibilité de rester et de consommer sur le territoire, et une dépense pour la collectivité en transport ne rendent pas le lieu intéressant s'il n'est utilisé que par les écoles...

Ces nécessités de développer les retombées économiques peuvent provoquer un petit paradoxe au niveau des services de l'architecture et du patrimoine. Certes, l'investissement doit avoir un retour financier et permettre de développer un tourisme de qualité. Mais les animatrices de l'architecture et du patrimoine rappellent que leur public principal est le public local, les habitants du territoire et les scolaires. Ainsi, Plaine Commune a obtenu le label avec pour objectif le développement touristique du territoire. Son animatrice de l'architecture et du patrimoine, Charlotte Saint-Jean, considère que ses premiers publics sont les habitants, *a fortiori* les jeunes et le public dit « éloigné des structures culturelles ». Ce qui est logique vis-à-vis du label et de son histoire, mais qui l'est moins par rapport à la politique de Plaine Commune...

Nous constatons donc que les buts à atteindre ne sont pas toujours exprimés de la même façon, voire sont complémentaires dans les discours des élus et dans ceux des animateurs de l'architecture et du patrimoine. Toutefois, dans la mesure où le principal financeur d'un CIAP

est sa ville ou sa communauté de commune, l'AAP lui doit des comptes, et se plie à la gestion voulue par sa hiérarchie. Car si l'AAP reste l'interlocuteur privilégié pour tout ce qui touche au label, la responsabilité de sa mise en œuvre en incombe aux élus. La position de l'animateur de l'architecture et du patrimoine dans la hiérarchie de la collectivité devient alors stratégique. Observons les cas d'Angers, où Mme Vitard-Gibat gère un service de quinze personnes depuis plusieurs années et prend la responsabilité du Repaire Urbain, et de Plaine Commune, où Mme Saint-Jean, seule, dépend d'un service de développement économique. Leur poids dans les décisions prises pour leur CIAP ne sera forcément pas le même...

4. Focus sur les médiations privilégiées

Rappelons les enjeux de ces médiations culturelles : l'accès aux ressources culturelles et au patrimoine doit amener à un investissement fort des publics, à la diffusion et à la transmission du savoir, autant qu'au développement de la créativité. Dans un article publié dans la revue *Quaderni*³⁴, Dominique Pagès nous rappelle les types de médiation plébiscités depuis de nombreuses années par les politiques culturelles. Elles voient s'accumuler les besoins d'interactivité, de participation des publics, du partage de l'information et des goûts, de la personnalisation si chère à Tilden et à sa méthode de l'interprétation, et l'autonomie créative. Celle-ci permet à tout un chacun de s'emparer des dispositifs et des savoirs pour en tirer l'essence de son approche de la culture.

4.1. Entre désirs de médiation numérique...

Aujourd'hui, les médiations mises en place dans les CIAP peuvent être divisées en deux natures : les médiations classiques d'un côté, dans lesquelles nous retrouvons la médiation humaine avec les ateliers, matériauthèques, visites guidées, rencontres, etc. et les médiations numériques de l'autre. Cette deuxième catégorie fait l'objet d'un engouement très fort depuis plusieurs années, tant de la part des pouvoirs publics que des professionnels de la médiation et de l'ingénierie culturelle. Attrayante pour les publics des institutions culturelles, elle est désormais attendue par tous dans les lieux culturels. Car ses intérêts sont majeurs : elle offre l'accès à des ressources en très grand nombre, elle permet le partage d'informations et de commentaires de la part de tous. Elle incite les visiteurs à être plus actifs et à mieux s'approprier les contenus notamment par l'expérimentation, et provoque facilement des émotions chez ses utilisateurs.

³⁴ Op. cit. page 14

Jessica de Bideran nous le rappelle dans son avant-propos du guide *Valorisation numérique des patrimoines* (Bordeaux, 2017)³⁵, quand l'interactivité devient le dispositif de communication privilégié dans la plupart des domaines culturels, l'échange de données de plus en plus précises permet autant d'offrir des informations extrêmement détaillées sur le patrimoine que d'en récupérer de la part des usagers. C'est ce qu'on appelle l'ère de la Big Data...

Il y a encore quelque temps, ces ressources numériques n'étaient pas si facilement accessibles, leur utilisation n'était pas évidente pour tout le monde. Aujourd'hui la démocratisation numérique, de plus en plus généralisée, permet à une majorité de personnes de les utiliser naturellement. Beaucoup le sont dans les CIAP, comme dans de nombreux lieux muséographiques : des applications mobiles à la réalité virtuelle et augmentée, en passant par la RFID, les bornes interactives et les visites virtuelles, des sites web « classiques » aux MOOCs, des serious games à l'Open Data et l'Open Source, etc. Il existe pléthore de solutions numériques, adaptables plus ou moins facilement aux contraintes de chaque type de public et de chaque lieu.

Certaines sont plus usitées que d'autres. Stéphanie Vitard-Gibiat, l'animatrice de l'architecture et du patrimoine d'Angers et Simon Sappa, ingénieur culturel et dirigeant de l'agence Anamnesia, en ont fait le constat, chacun de leur côté. S'il y a des éléments que l'on retrouve dans quasiment tous les CIAP et qui sont expressément demandés par leurs chefs de projet, ce sont les maquettes et plans interactifs des territoires.

Ils consistent en de grands plans-reliefs représentant le territoire plus ou moins en détail sur lequel une projection numérique vient apporter des informations plus précises et situées. Il est ainsi possible de montrer sur le même plan des informations sur la géologie ou les différents patrimoines de la localité. Ces plans présentent toutefois plusieurs soucis de taille que nous aborderons plus bas.



Plan-relief du CIAP de Pontoise - 2019

³⁵ Ortiz, Marylise (sous la dir.), de Bideran Jessica *et al.* *Valorisation numérique des patrimoines*. Bordeaux : Sites et cités remarquables de France, 2017. Page 17

4.2. ... et questions objectives d'utilité

De plus en plus de professionnels le comprennent et mettent en garde les inconditionnels du numériques : s'ils sont utiles et attractifs, ces dispositifs doivent servir l'interprétation du patrimoine, pas l'inverse. L'association Sites et cités remarquables de France, dans l'un de ses guides³⁶, propose aux responsables de projets de CIAP de se poser plusieurs questions avant de les choisir : pourquoi ces dispositifs ? Qu'interprète-t-on ? Pour quels types de publics et quelles attentes ? Quel est le message à transmettre ? Quels objectifs sont à atteindre ? Et enfin, quels supports et quels médias doit-on privilégier ?

Ces questions nous font penser aux fameux objectifs SMART des plans de communication, qui doivent être spécifiques, mesurables, atteignables, réalisables et temporellement défini... Ce n'est pas étonnant : ce sont des dispositifs de communication financés par les deniers publics, qui doivent être utilisés dans un cadre défini et validé par les autorités compétentes. Ils doivent ensuite prouver leur intérêt ou donner des indications suffisantes pour être améliorés.

Il faut bien comprendre qu'un dispositif numérique, aussi attractif qu'il en ait l'air, ne sera pas utilisé par les publics quels qu'ils soient si son intérêt est nul. C'est le résultat d'études sociologiques dont nous avons eu vent par Noémie Couillard, sociologue et co-fondatrice de l'agence Voix/publics, spécialisée dans l'étude des publics dans les centres d'interprétation et sites patrimoniaux.

Plusieurs autres problèmes ont été relevés sur les médiations numériques, et pas seulement à propos des plans-reliefs : alors que le coût du matériel numérique est relativement élevé, il est fréquent de se retrouver face à du matériel hors services, dans les CIAP comme ailleurs. Là aussi, grosse frustration pour les publics comme pour les médiateurs qui souhaitent les utiliser pour leurs animations. Simon Sappa nous raconte ainsi avoir visité un CIAP de très grande qualité, le 5^e lieu à Strasbourg, ouvert en fin d'année dernière. M. Sappa l'a visité trois ou quatre mois seulement après son ouverture et a été conquis par la scénographie de haut vol, qui lui a vraiment donné l'envie d'approfondir sa visite de la ville. Un bémol, et de taille : plusieurs écrans noirs portant la mention « hors service » l'ont empêché de creuser certains aspects du patrimoine strasbourgeois. Très décevant...

Selon lui, ces pannes qui arrivent régulièrement sur le matériel numérique peuvent être prévues en amont. Leur fréquence et la rapidité de leurs réparations dépendent de l'exigence portée sur la maintenance par la localité et les responsables du CIAP. Ce point est confirmé par Pauline Prévot, à Pontoise, qui nous a expliqué comment ses contrats de maintenance

³⁶ *Op. cit.* p. 30

sont fixés. Elle prévoit des ampoules de rechange et le petit matériel à l'avance pour éviter d'être prise au dépourvu. Car une fois les lignes du budget annuel fixées par la commune, impossible d'en rajouter en cours d'année !

Mme Prévot nous indique un autre sujet sensible : tous les dispositifs ne peuvent s'adresser à tous les publics, d'où l'importance d'en prévoir un certain nombre, et différents les uns des autres. C'est aussi un bon moyen de palier aux éventuelles pannes, en permettant aux médiateurs de présenter leur patrimoine à l'aide d'autres ressources que celles prévues. Voire même de contourner les contraintes sanitaires d'une soudaine pandémie, empêchant la manipulation de certains dispositifs, qu'ils soient numériques ou pas...

4.3. Un contact humain et une expérimentation manuelle encore privilégiés

Nous abordons ainsi un autre consensus, partagé par les animatrices de l'architecture et du patrimoine comme par les ingénieurs culturels rencontrés et les universitaires lus : l'humain est incontournable. Car l'utilisation de ces dispositifs numériques, aussi ergonomiques et attractifs qu'ils soient, ne peuvent remplacer le rapport humain.

Nous parlions plus haut de l'intérêt du face à face dans l'interprétation et de la personnalisation de la médiation. Or, pour s'adapter aux visiteurs, pour leur permettre de s'approprier le patrimoine présentés dans les CIAP, pour transmettre le message de la localité et qu'il soit compris et intégré par tous, il est nécessaire que des personnes fassent l'intermédiaire, et donnent eux-mêmes les clés de compréhension d'un territoire.

Nous l'avons tous expérimentés en cette étrange et pénible période de confinement : de très nombreux contenus culturels étaient proposés en ligne, à défaut d'être physiquement accessibles. Or, la visite virtuelle d'une exposition ou d'un lieu ne se fait pas de la même façon, on n'y passe pas le même temps, on ne peut prendre le même recul devant les œuvres comme on le ferait dans un musée physique. D'autre part, ces nombreux contenus trouvaient leur public via les réseaux sociaux : ils avaient donc besoin d'être indiqués, que leur intérêt soit souligné par des personnes auxquelles nous étions liés pour que ces contenus deviennent accessibles et dignes d'intérêt. Là aussi, l'appartenance à plusieurs groupes, et donc nos intérêts particuliers sont à la base de nos découvertes culturelles numériques quand nous sommes dans l'impossibilité de nous déplacer physiquement.

Plus généralement, dans notre civilisation de l'écran, nous continuons également d'aborder avec plaisir l'expérimentation manuelle et les rencontres. Aborder la technique des clés de voûte avec des éléments de bois, ou encore manipuler les outils avec les artisans d'art dans

des sites comme le château de Guédelon, dans l'Yonne, donne une toute autre dimension à la conscience d'une technique, d'un savoir. Elle permet de l'ancrer durablement dans les esprits et peut même, dans certains cas, faire naître de nouvelles vocations !

Les animateurs de l'architecture et du patrimoine planifient chaque année de nombreuses animations, et forment les guides-conférenciers de leur territoire aux visites. C'est une dimension importante de leur travail. Ces animations, rencontres et visites peuvent parfois s'appuyer sur des dispositifs exodiscursifs ou endodiscursifs³⁷.

Parmi les instruments de médiation classiques, nous trouvons le pendant quasi systématique des plans-reliefs numériques : les matériauthèques. Ce sont des espaces où sont représentés les matériaux de construction, les outils, les objets représentatifs du patrimoine local que les visiteurs sont invités à toucher et à manipuler. On remarque d'ailleurs un phénomène intéressant dans ces matériauthèques : si aucune communication particulière n'y est prévue, les visiteurs n'osent en général pas les prendre en main. Ils respectent en cela la convention « ne pas toucher » qu'on retrouve depuis toujours dans les musées classiques. C'est une observation qui a été faite entre autres par la sociologue Noémie Couillard, lors d'études des publics menées dans plusieurs centres d'interprétation. Un affichage, un marquage au sol et/ou sur le mobilier sont nécessaires pour que les visiteurs s'emparent des éléments présentés et les appréhendent différemment.

C'est en utilisant ces différents dispositifs de médiation - qu'ils soient plus classiques ou numériques - et en partageant un moment avec les médiateurs que les visiteurs utiliseront leurs cinq sens, et pourront à leur tour interpréter leur patrimoine.

5. Cartographie critique des CIAP

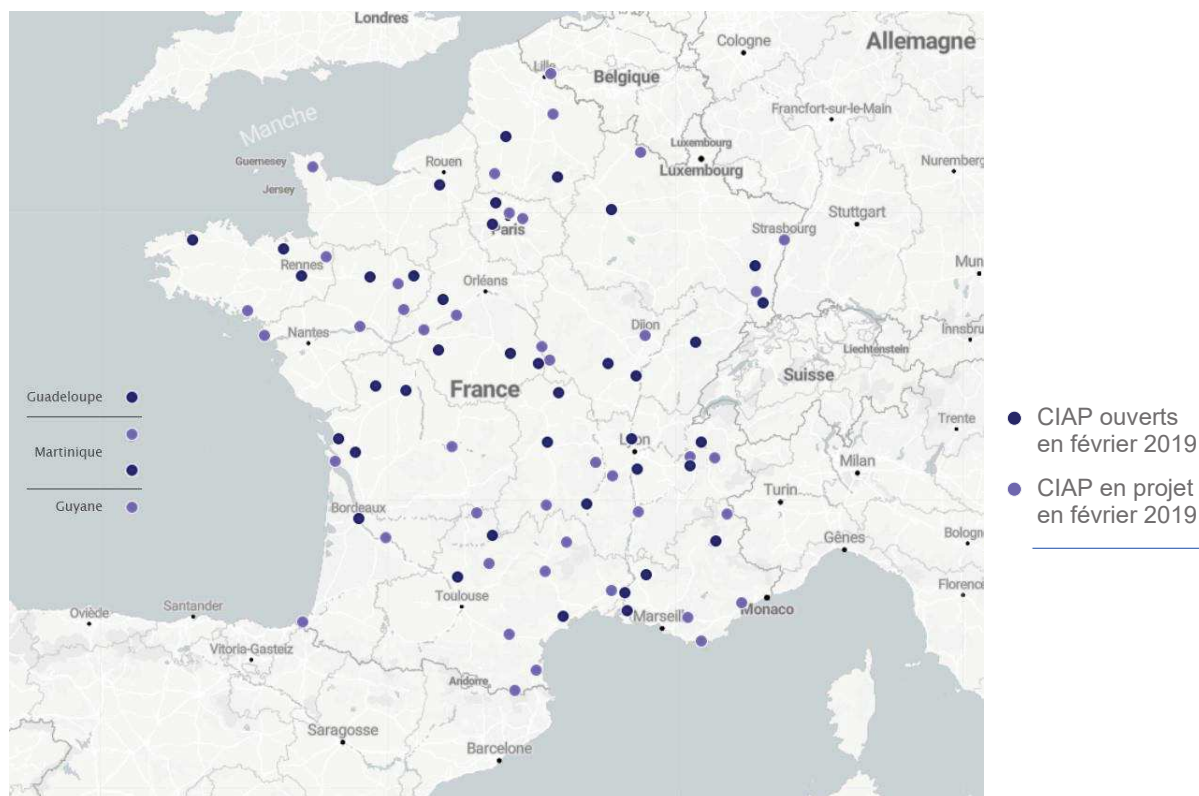
Comme nous l'avons évoqué en introduction, le premier Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine a ouvert ses portes en Auvergne-Rhône-Alpes, à Riom, en 1991. En février 2019, quarante-et-un CIAP étaient ouverts dans l'ensemble des dix-sept régions du territoire français (à l'exception de Mayotte), tandis que quarante-quatre étaient en projets et cinquante-et-un « envisagés »³⁸.

³⁷ Dispositif **exodiscursif** : c'est un dispositif de communication mobile ou installé au préalable dans le territoire (panneaux parfois augmentés d'informations complémentaires sur des applications ou des sites web, via des liens ou des QR codes, livrets de visite édités par les CIAP, etc.). À l'inverse, un dispositif **endodiscursif** est fixe et installé dans les lieux visités ou dans le CIAP lui-même (panneaux, là aussi, objets manipulables, plans-reliefs, etc.).

³⁸ Voir annexes V, VI et VII, pages 137 à 139.

5.1. Une répartition inégale des CIAP et des AAP sur le territoire

Ces créations de CIAP, comparées aux localités ayant obtenu le label nous semblent très, très peu nombreuses, puisqu'à la même période nous comptons cent quatre-vingt-quatre VPAH.



Associations des animateurs de l'architecture et du patrimoine. CIAP : État des lieux Février 2019.

Selon Mme Prévot, elle et les animatrices de l'architecture et du patrimoine d'Ile-de-France se sentent plutôt privilégiées, car accompagnées par une DRAC très réactive. En ce qui concerne leur label, d'autres régions seront clairement lésées.

Nous le constatons en analysant les données de la carte dynamique conçue par l'Association nationale des animateurs de l'architecture et du patrimoine (l'ANAAP), datant de février 2019, les localités ne sont pas égales en termes de moyens mis en œuvre. Nous parvenons même à détecter certains déséquilibres entre les régions selon le suivi des obligations faites aux localités signataires de la convention des Villes et Pays d'Art et d'Histoire.

Premier constat, toutes les collectivités territoriales labellisées n'ont pas d'animateur de l'architecture et du patrimoine qualifié. Cela représente 8 % des VPAH, mais ce ration est très mal réparti entre les régions. Ainsi, si sept d'entre elles sont à jour dans leurs recrutements (l'Auvergne-Rhône-Alpes, la Bretagne, le Centre-Val-de-Loire, la Guyane, les Hauts-de-France, la Martinique et les Pays de la Loire), d'autres font figure de mauvais élèves, comme la Corse, avec deux de ses quatre VPAH sans animateur, ou encore la Bourgogne-Franche-Comté et la Normandie avec un tiers de leurs collectivités signataires qui n'ont pas recruté de personnel agréé par le ministère³⁹.



VPAH sans AAP - Février 2019

C'est un problème majeur car les AAP sont les représentants du label dans les collectivités. Ce sont eux qui animent le territoire et proposent des visites guidées qualitatives, dans le respect des normes du label VPAH (nous verrons plus loin leur rôle en détail). Nous avons d'abord cru que ces recrutements en attente concernaient les villes les plus récemment labellisées. Or il n'en est rien : ces postes restants à pourvoir en février 2019 concernaient des collectivités ayant signées la charte VPAH entre 1988 et 2016...

L'étude des VPAH et de leurs CIAP amène à se demander si toutes les DRAC et les communes trouvent la même valeur à ces équipements culturels. Comment expliquer que tant d'agglomérations portent le label, et se sont donc engagées à mettre en place des équipes et un CIAP, sans que cela ne soit suivi d'effets mais qu'ils conservent malgré tout le label ? Comment les DRAC travaillent-elles avec leurs élus ? Au moment où le ministère de la Culture décide de déléguer complètement la remise du label aux DRAC, l'étude des CIAP de France, même abordée de façon très superficielle, interroge là aussi sur le bien-fondé de cette décision.

Les localités ne respectant pas les termes de la convention VPAH peuvent se voir refuser le renouvellement du label, au terme d'une décennie. Comme nous l'avons vu, c'est un « risque », aux dires de M. Fenneteau, vraiment ennuyeux pour les élus. Au-delà de la perte de reconnaissance, ils perdent, *a priori*, un allié précieux pour le financement des projets de sauvegarde du patrimoine : leur DRAC, et par extension, l'État. Toutefois, le même M. Fenneteau nous explique que ce non-renouvellement de la convention n'est pas systématique,

³⁹ Voir tableau récapitulatif en annexe VII.

et que les DRAC montrent souvent une certaine souplesse. Les difficultés financières des communes sont prises en compte. Tant que les élus montrent de la bonne volonté, le label peut leur être laissé. Toutefois nous notons que les obligations de base pour accéder à ce label sont les mêmes pour tout le monde, et que cela devrait être prévu sur le long terme par les signataires.

Est-ce que les « sanctions » décrites par M. Fenneteau suffisent à faire respecter les termes du contrat qui lie les localités à leur DRAC ? Permettent-elles de conserver l'aspect qualitatif du label ? Tout semble dépendre de la région dans laquelle on se trouve, ce qui ne sera peut-être pas très clair aux yeux du public...

5.2. Des superficies inégales et des labels en concurrence

Un autre point soulevé par cette étude est la superficie allouée aux CIAP ouverts ou encore en projets : si le guide pratique des CIAP du ministère de la Culture propose un exemple de CIAP d'une surface utile de 350m², la moyenne tourne plutôt autour de 458 m². Là encore, on note beaucoup de disparité entre les CIAP !

Le plus petit, encore en projet, est celui de Plaine Commune. Pour avoir rencontré et discuté avec son animatrice de l'architecture et du patrimoine, nous savons que ce local ne sera pas unique, mais que le CIAP sera éclaté sur plusieurs sites : son siège devrait *a priori* être situé dans l'office du Tourisme des Pucés de Saint-Ouen, dans un lieu très fréquenté par les touristes. D'autres sites qui restent à définir accueilleront ponctuellement des animations et événements sur l'ensemble des neuf communes. Nous reviendrons sur ce CIAP dans notre deuxième partie, où nous verrons que d'autres solutions auraient pu également être envisagées...

À l'inverse, le plus grand CIAP de France est celui de Chambéry, sis à l'Hôtel de Cordon, qui propose une surface utile de 1400 m². Nous ne pouvons expliquer cette forte disparité de superficie par des ratios prenant en compte le nombre d'habitants, ou la fréquentation des villes, car les CIAP déjà ouverts en 2018 n'affichaient pas une fréquentation proportionnelle à leur surface. Nous notons d'ailleurs ici que la plupart des CIAP, comme nous l'avons vu plus haut, ne sont pas seuls à occuper leurs locaux, mais que ceux-ci sont généralement partagés avec d'autres institutions culturelles locales, comme des musées, des offices de tourisme, des bibliothèques, etc. Ainsi, ils partagent les frais d'un même local et bénéficient *a priori* d'une visibilité et d'une fréquentation très différente d'un CIAP à l'autre.

Bien entendu, il y a un sérieux biais à cette analyse, qui est le manque d'informations sur les raisons de ce déséquilibre dans les moyens mis en œuvre pour les CIAP et le label au niveau

local et régional. Sans compter que les territoires, très différents les uns des autres en termes de taille, de nombre d'habitants et de moyens ne sont pas facilement comparables.

Nous nous demandons si ce manque de suivi n'est pas parfois dû à la présence d'autres labels sur le territoire, plus encouragés par les DRAC ou les élus locaux que celui des Villes et Pays d'Art et d'Histoire. Ainsi, la Corse, site touristique très important à l'histoire et à l'identité très marquée, ne compte qu'un AAP sur trois VPAH en février 2019. Elle dispose en parallèle de plusieurs autres labels touristiques, comme les Plus beaux détours de France, Villes et villages fleuris ou encore Stations classées, ce qui lui demande certainement une gestion lourde des obligations de chacun de ces labels. C'est le cas à Orthez : le Pays du Béarn des Gaves perd son label de Pays d'art et d'Histoire cette année, dix ans après l'avoir obtenu, car le poids des exigences était trop fort pour la communauté de communes. Dans le même temps, pourtant, l'actuel Ministre de la Culture Franck Riester lui décerne le label des Maisons des illustres pour sa Maison Jeanne d'Albret⁴⁰...

À ce propos, M. Fenneteau indique qu'une nouvelle édition du guide *CIAP : Mode d'emploi* est à l'étude au ministère de la Culture. Il pense que d'autres équipements que les espaces muséographiques actuels pourraient voir le jour. Nés entre autres de la diffusion massive des dispositifs numériques, on pourrait imaginer ces nouvelles solutions plus mobiles, par exemple. Les CIAP pourraient ainsi gagner en souplesse...

Plaine Commune pourrait bien, dans ce cas, être précurseur dans ces nouvelles formes de Centres d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine !

5.3. Un accompagnement institutionnel, professionnel et communicationnel vital pour une montée en visibilité

Un autre constat quand on recherche une vue d'ensemble claire, complète et à jour des VPAH et des CIAP de France, c'est qu'elle semble ne pas exister. C'est très étonnant pour un réseau qui se dit « national »⁴¹... En dehors du ministère de la Culture qui délègue en très grande partie le label aux DRAC, deux réseaux nationaux travaillent sur le sujet des Villes et Pays

⁴⁰ Ministère de la Culture. *Communiqué de presse : Franck Riester, ministre de la Culture, annonce la labellisation de onze nouvelles Maisons des Illustres* [en ligne].

Date de publication : 23 janvier 2020

Disponible sur : <https://www.culture.gouv.fr/Presse/Communiqués-de-presse/Franck-Riester-ministre-de-la-Culture-annonce-la-labellisation-de-onze-nouvelles-Maisons-des-Illustres>

[Consultée le 08.05.2020]

⁴¹ Ministère de la Culture. *Label « Ville et Pays d'Art et d'Histoire* [en ligne]. Date de publication : 31.10.2019. Disponible sur : <https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Architecture/Architecture-et-cadre-de-vie/Label-Ville-et-Pays-d-art-et-d-histoire2> [Consultée le 06.05.2020]

d'Art et d'Histoire. Ce sont deux associations déjà évoquées, l'ANAAP, regroupant les animateurs de l'architecture et du patrimoine, et Sites et cités remarquables, qui réunit des élus de VPAH et sponsorisé, entre autres, par le Groupe EDF. Ces deux associations n'ont pas les mêmes objectifs, les informations qu'ils fournissent sont donc différentes, souvent complémentaires. Elles correspondent surtout à celles que leurs membres veulent bien renseigner.

Un site internet avait été créé en 1998 par le ministère de la Culture, toujours en ligne, pour soutenir le travail des animateurs de l'architecture et du patrimoine : <http://www.vpah.culture.fr/>. Mais ce site statique a beaucoup de mal à traverser le temps. Il n'est pas ergonomique, les informations y sont très dispersées, pas toujours à jour. Quant à son graphisme... Si tous les goûts sont dans la nature, il est beaucoup moins compréhensible aujourd'hui de trouver sur un site institutionnel une aussi mauvaise qualité d'image et de navigation. Il semble que pour les trente ans du label il ait été demandé au ministère par les AAP de refondre ce site et de le mettre à jour pour en faire un support communicationnel plus fort sur tout le territoire. Mais en lieu et place, c'est la charte graphique des VPAH qui a été revue, aucun frais supplémentaire n'a été réalisé sur ce site web. Son intérêt majeur, aujourd'hui, est le forum réservé aux AAP, qui leur permet de communiquer entre eux, à travers tout le territoire, et de s'entraider. Ce forum n'est accessible qu'aux animateurs de l'architecture et du patrimoine.

Certainement pour palier à ce manque de communication sur le label, certaines DRAC ont pris des mesures plus fortes. Si la plupart ont une simple page dédiée à leur VPAH sur leur site institutionnel, certaines sont allées plus loin : ainsi les régions Auvergne-Rhône-Alpes⁴² et Nouvelle-Aquitaine⁴³ proposent des sites web plus complets et attractifs. Ils regroupent toute l'offre des VPAH à un même endroit et offrent des liens vers les sites des collectivités affiliées. C'est un indicateur très important, pour le coup, de l'importance allouée au label par ces DRAC.

Nous avons discuté de ces dispositifs de communication web avec M. Fenneteau. Nous lui avons demandé la raison d'une disparité si forte entre régions, et de la quasi-absence de site fonctionnel à l'échelon national. S'il apprécie lui aussi le travail fait notamment en Auvergne - Rhône-Alpes, il nous explique que l'équipe de cette DRAC y avait l'appui d'associations et

⁴² DRAC Auvergne-Rhône-Alpes. *Art et Histoire en Auvergne-Rhône-Alpes – Patrimoine des Villes et Pays d'Art et d'Histoire* [en ligne]. Date de publication : 13 avril 2017. Disponible sur : <https://vpah-auvergne-rhone-alpes.fr/> [Consultée le 7 mai 2020]

⁴³ DRAC Nouvelle Aquitaine. *Ville et Pays d'Art et d'Histoire en Nouvelle Aquitaine : 28 territoires à découvrir* [en ligne]. Date de publication : 18 août 2018. Disponible sur : <https://www.vpah-nouvelle-aquitaine.org/> [Consultée le 7 mai 2020]

d'institutions telles qu'une université. Elle a ainsi bénéficié de moyens temporels, humains et techniques que d'autres DRAC, comme celle des Pays de la Loire, n'ont pas actuellement. Idem au ministère : l'équipe en charge du label s'y résumerait à deux personnes... Difficile dans ce cas de se concentrer sur un projet d'une telle envergure !

Nous nous demandons malgré tout si le travail réalisé à l'échelle d'une région ne peut pas être en partie repris par son ministère de tutelle. L'organisation mise en place pour la refonte de la charte graphique des VPAH pourrait, par exemple, être appliquée à ce projet...

6. Les CIAP, des services des publics ad hoc qui s'ignorent

La loi 2002-5 du 4 janvier 2002, relative aux Musées de France et dite « Loi Musée 2002 » oblige désormais les Musées de France à s'équiper d'un service des publics. C'est cette loi, et plus particulièrement de son article 7, qui nous apporte sa définition :

*Service ayant en charge les actions d'accueil des publics, de diffusion, d'animation et de médiation culturelles. Ces actions sont assurées par des personnels qualifiés.*⁴⁴

En ce sens, les services d'animations de l'architecture et du patrimoine, rendus obligatoires à la signature de la charte des VPAH, sont des services des publics à part entière, dédiés à leur patrimoine local. Car c'est le rôle de l'interprétation de mettre le public au cœur de sa démarche.

6.1. Des publics potentiels qui restent à définir

Nous nous demandons toutefois si des études des publics plus approfondies sont mises en place pour déterminer leurs particularités et leurs attentes. Mis à part les trois types de publics déterminés dans le mode d'emploi des CIAP du ministère de la Culture et repris par la plupart des collectivités labellisées, à savoir les habitants/scolaires/touristes, bien sûr...

Nous avons vu avec M. Sappa et M. Fernandez-Soler que les publics ne sont la plupart du temps pas étudiés en détails lors de la rédaction du projet scientifique et culturel. Trop

⁴⁴ Voir Loi Musées 2002, Article 7 : **Légifrance**. *LOI n° 2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux musées de France* [en ligne]. Date de publication : 14 mai 2014. Disponible sur : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000769536&categorieLien=id> [Consultée le 7 mai 2020]

chronophage quand tout le monde court après le temps, les chefs de projets de CIAP demandent plutôt aux AMO une estimation, et ne creusent pas beaucoup plus que ça les trois publics déterminés plus haut. En étudiant différents CIAP de France et les discours qui les entourent, nous constatons toutefois quelques petites disparités dans ces choix : quand certains vont mettre l'accent sur les scolaires, d'autres privilégient les habitants. D'autres, enfin, pensent leur CIAP en priorité comme un facteur de développement touristique. Ainsi, malgré un cadre très précis, les priorités varient d'un territoire à l'autre, ce qui modifiera forcément les attentes sur la médiation prévue dans les CIAP. L'ouverture d'un CIAP dans une collectivité labellisée depuis longtemps pourra même parfois modifier considérablement le service apporté aux publics, comme nous le constaterons à Angers en troisième partie de ce mémoire.

Rappelons également ici la différence fondamentale entre une ville et un pays labellisés : une ville n'a qu'une seule municipalité décisionnaire, quand un pays peut compter de deux à, actuellement, deux cent vingt-six communes. Le milieu, plus ou moins rural, plus ou moins touristique, modifie forcément le discours porté d'un territoire à l'autre. Nous le constatons via les sites internet des villes ou pays d'art et d'histoire concernés : la place prise par les CIAP et le label ne sont clairement pas les mêmes, puisque certains ne proposent qu'une seule page statique de présentation sommaire. D'autres, à l'inverse, comme à Sainte-Suzanne, disposent d'un site dédié, permettant ainsi au service des publics des CIAP de détailler son programme et son patrimoine en jeu.

6.2. Un service des publics adapté à chaque territoire

Nous relevons dans un article de Nicolas Navarro⁴⁵ que les animateurs de l'architecture et du patrimoine ont une fonction qui varie selon le territoire qui les emploie, et que tous n'ont pas été recrutés selon les mêmes règles. En effet, les premières conventions VPAH portaient une dimension plus touristique, et les AAP étaient souvent rattachés aux offices de tourisme, où ils prenaient en charge la formation, voire le management des guides-conférenciers...

Les CIAP n'occupent pas toujours seul leur espace. Selon les équipements réunis au même endroit, le public sera différent d'un VPAH à l'autre. D'autre part, malgré un cahier des charges identique à tous les CIAP, la politique patrimoniale de chaque localité mettra en exergue un patrimoine différent d'une ville à l'autre. Les élus locaux peuvent avoir des objectifs vis-à-vis des CIAP. Si le public de base, habitants, touristes et jeunes, est normalement le même partout, les collectivités ne chercheront pas toutes à atteindre les mêmes personnes, ni à leur délivrer le même message.

⁴⁵ *Op. cit.* p. 17 : page 205.

Enfin, les DRAC elles-mêmes, en ne proposant pas les mêmes outils de communication sur le patrimoine et les VPAH de leurs territoires, ne peuvent s'attendre à toucher les publics de la même façon, ni dans les mêmes proportions.

Nous constatons donc que mis en place par les collectivités dont ils dépendent, chaque CIAP se fait le porte-parole de la politique culturelle, patrimoniale et urbanistique de sa localité. Nous constatons également la forte disparité entre les VPAH, qui n'ont pas tous recrutés d'animateurs de l'architecture et du patrimoine et n'ont pas les mêmes attentes exprimées dans leurs projets de CIAP vis-à-vis de leurs publics, malgré le cadre fixé par le label. Nous validons donc notre première hypothèse qui est que chaque CIAP définit sa stratégie des publics et de là son service des publics au vu de son territoire et de ses parties prenantes.

Nous remarquons surtout à quel point les CIAP sont un enjeu important pour les localités. S'ils ont un coût, ils ont le pouvoir de dynamiser l'image d'un territoire et de le rendre attractif. Et donc, indirectement, de participer à son développement économique.

Ils sont autant un équipement de valorisation du patrimoine qu'un lieu d'influence, où les élus peuvent communiquer sur leurs projets urbanistiques et leur politique culturelle. Ils permettent de mettre en œuvre tout un réseau d'acteurs autour du patrimoine local, que ces acteurs agissent sur le territoire ou à un échelon plus large, régional et national. C'est un dispositif dynamique dirigé par un personnel qualifié et passionné, un lieu de communication et de transmission qu'il serait dommage de ne pas évaluer à sa juste valeur.

Il nous est maintenant nécessaire d'approfondir la question de la stratégie des publics des CIAP afin de comprendre comment elle se construit et quelle est son utilité dans le cadre des Villes et Pays d'Art et d'Histoire. Nous vous proposons de nous suivre en deuxième partie, où nous nous attacherons plus particulièrement à certains territoires représentatifs, selon nous, des disparités et des points communs qui peuvent exister au sein du label.

Partie 2 - La politique des publics des CIAP précédée par celle de la communication ?

Dans cette seconde partie notre travail de recherche nous permettra de questionner l'hypothèse suivante : **La politique des publics des CIAP semble souvent précédée, voire minorée lors de son élaboration comme dans sa mise en œuvre par la politique de communication, dans la fabrique du récit du lieu et de ses publics, pour des raisons tant organisationnelles et stratégiques que professionnelles.**

Si la première partie nous a permis de situer les CIAP dans le paysage culturel français, cette deuxième partie nous permettra de concentrer notre regard sur un corpus restreint de VPAH, à savoir ceux de Bordeaux, Dijon, Plaine Commune et Pontoise.

Nous aborderons l'intégration des services de l'animation de l'architecture et du patrimoine dans un organigramme toujours différent d'un territoire à l'autre. Nous verrons dans quelle mesure les CIAP s'insèrent dans ces environnements dissemblables, et pourtant très proches.

La question de la profession d'animateur de l'architecture et du patrimoine sera elle aussi approfondie. Au centre de cette recherche, les AAP gèrent quasiment tous les aspects de leurs CIAP, parfois avec l'aide d'une équipe. Ce travail de longue haleine concerne évidemment l'approche communicationnelle et la gestion des publics. Nous étudierons les compétences et les besoins que cela nécessite.

Mais surtout, nous verrons comment les publics sont appréhendés dans les VPAH et dans les CIAP. Il nous semble intéressant de voir de quelle façon ils sont définis selon les VPAH et si les organisations territoriales jouent sur la façon d'appréhender leurs visiteurs.

1. Le temps des publics

Nous avons tiré notre définition des publics d'un article de Joëlle Le Marec, qui nous dit que « *Le public (...) n'est pas un collectif mais une condition partagée à certains moments et dans certains espaces.*⁴⁶ ». Cette définition est vague, certes, mais aussi très intéressante. Car le public est un mystère, selon le terme de Mme Le Marec. Il est extrêmement difficile à cerner,

⁴⁶ Le Marec, Joëlle. Le public, le tact et les savoirs de contact. *Communication et Langages*, 2013/1, n° 175, page 8.

il est changeant et ne permet pas de se baser sur des faits solides pour en tirer des informations précises et durables.

1.1. D'une nécessité légale...

Pourtant, nous l'avons vu, les pouvoirs publics portent une attention particulière aux publics. Que l'on regarde du côté de la loi Musée 2002 ou encore vers le rapport de la Mission Musées XXI^e siècle⁴⁷ ou le guide publié par le ministère de la Culture sur la gestion de la relation contact⁴⁸ (la GRC), l'importance qu'on leur donne va grandissante, et ce depuis plusieurs dizaines d'années. Cette demande, qui consolide la place des directions des publics dans les institutions culturelles, correspond également au besoin des collectivités de savoir pourquoi et dans quelle mesure elles doivent investir dans des équipements culturels, et dans le même temps doit amener à valoriser l'action de ces mêmes collectivités aux yeux du public. Cela représente une évolution et une nécessité forte de professionnalisation de ces directions des publics et des compétences développées par le personnel des musées.

La page de présentation de la GRC, sur le site du ministère de la Culture, l'exprime très bien :

*Inspirée des pratiques du secteur privé, l'analyse des données concernant les visiteurs ou les différents contacts d'un établissement permet aujourd'hui, à travers les logiciels de GRC, de replacer le public au cœur de la stratégie des institutions, d'améliorer l'expérience du visiteur en ligne et in situ, d'accroître l'attractivité des sites en se fondant sur des éléments objectifs et, de manière générale, de mieux évaluer l'impact de l'action des établissements.*⁴⁹

Une autre loi plus récente confirme l'importance de la gestion des publics par les CIAP et les services du patrimoine : la loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine, promulguée le 7 juillet 2016 et dite « loi LCAP », intègre dans l'article L. 631-1 du

⁴⁷ Eidelman, Jacqueline (sous la dir.). *Inventer des musées pour demain : Rapport de la mission Musées XXI^e siècle*. Paris : La documentation française, 2017. 249 p. (coll. Rapports officiels).

⁴⁸ Ministère de la Culture, Département de l'innovation numérique (SG/SCPCI). *Déploiement de projets de Gestion de la Relation Contacts (GRC) au sein des institutions culturelles*. Paris : Ministère de la Culture – Département de l'innovation numérique (SG/SCPCI), Janvier 2020. 45 pages.

⁴⁹ Ministère de la culture, Département de l'innovation numérique (SG/SCPCI). La donnée au service des publics : un guide pour les institutions culturelles. [En ligne]. Date de publication : 1^{er} janvier 2020. Disponible sur : <https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Innovation-numerique/Soutien-a-l-innovation/La-donnee-au-service-des-publics-un-guide-pour-les-institutions-culturelles> [Page consultée le 27/07/2020]

Code du Patrimoine que « *les Sites patrimoniaux remarquables sont dotés d'outils de médiation et de participation citoyenne* ».

Cette participation citoyenne sur les questions d'urbanisme est une obligation légale que les directions des publics peuvent prendre en charge. Cela implique l'obligation de mettre en place des dispositifs de médiation et de participation citoyenne, ce qui rentre tout à fait dans le cadre d'un CIAP. Cette obligation légale impose la création d'espaces publics et permet aux citoyens de s'exprimer. Des conférences, ateliers de scénarios, jurys ou concertations publiques, donneront ainsi une vision et des décisions collectives des projets d'urbanisme. Autant de dispositifs qui rentrent tout à fait dans le cadre d'un CIAP et de sa Direction des publics.

La participation citoyenne est expliquée par l'association Sites et cités remarquables dans son guide *Quels outils de médiation et de participation citoyenne dans les Sites Patrimoniaux Remarquables ?*⁵⁰. Cette obligation touche chaque VPAH de notre corpus restreint, à savoir Angers, la métropole de Dijon, Plaine Commune, et Pontoise. Ce classement de Site patrimonial remarquable concerne en effet la plupart des VPAH, puisqu'il se substitue aux « secteurs sauvegardés », aux « zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager » (ZPPAUP) et aux « aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine » (AVAP). Il remplacera donc tous ces classements susceptibles de soutenir et de cadrer la gestion du patrimoine dans les territoires. Retenons que ce classement est lui aussi sous la tutelle du ministère de la Culture...

Nous le voyons, la politique des publics dépend en grande partie de l'État, qui met en place une réglementation cadrant les décisions des élus locaux. Une marge de manœuvre existe pourtant à l'intérieur de ce cadre.

Nous remarquons l'importance des publics pour les DRAC dans le nom même du service géré par M. Fenneteau, à Nantes. Le service « Territoires et Publics », lui-même inclus dans le pôle Création, Industries culturelles et Action culturelle et territoriale « *est chargé de piloter une démarche de développement culturel centrée sur les publics et les territoires en s'appuyant sur les politiques, dispositifs et aides du ministère de la Culture en faveur de la démocratisation culturelle (...)* »⁵¹. Importance surtout marquée, lors de notre entretien, sur les publics éloignés et empêchés, ainsi que la jeunesse, principalement en difficultés.

⁵⁰ Ortiz, Marylise (sous la dir.). *Quels outils de médiation et de participation citoyenne dans les Sites Patrimoniaux Remarquables ?* Bordeaux : Sites et cités remarquables de France, 2019. 44 pages.

⁵¹ DRAC des Pays de la Loire. Territoires et Publics. [En ligne]. Date de publication : 15 juillet 2020. Disponible sur : <https://www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Pays-de-la-Loire/Actualite/La-DRAC/Pole-creation-industries-culturelles-et-actions-culturelles-et-territoriales/Territoires-et-publics> [Page consultée le 30 juillet 2020]

1.2. ... à un besoin fonctionnel

À l'échelle locale, les directions des publics des institutions culturelles, qui prennent en compte le « savoir de contact »⁵² développé sur le terrain, peuvent aller très loin. En prenant en compte la concurrence et les partenaires institutionnels, la loi du marché sur lequel elles se positionnent, les différents types de visiteurs étudiés dans le détail, etc., elles permettent de s'adapter aux publics, aussi changeants soient-ils. Elles s'adaptent à leurs demandes, aux dispositifs de médiation et aux progrès techniques, aux attentes des collectivités, et puisent à une source d'inspiration sans limite : celle des publics !

Ces directions ou services pensent ainsi autrement la relation entre public et culture. Elles valorisent la médiation tout en facilitant le travail des médiateurs, et adaptent leur structure à des types de visites très éloignées de ce qui se faisait à l'ère Malraux...

Si historiquement, les postes au contact des publics sont souvent les plus mal payés et considérés comme nécessitant le moins de formation ou d'expérience, un changement de regard important s'opère dans le milieu de la culture. Car travailler auprès des visiteurs permet d'en saisir les nuances, de compléter par des non-dits, du ressenti

, ce que les études et les chiffres tirés des billetteries et des dispositifs numériques n'expriment pas. Le PSC d'un autre centre d'interprétation, le Chronographe de Nantes Métropole⁵³, confirme cette prise de conscience. Il indique les chiffres tirés des visites sur l'année 2017 mais annonce d'emblée que ceux-ci ne sont pas complets et qu'une « véritable étude des publics reste à faire » ...

Si elles sont essentielles, les compétences liées au contact humain et à l'empathie ne suffisent pas non-plus pour mettre en place une direction des Publics efficaces. Il leur est rapidement nécessaire d'utiliser les sciences humaines et sociales, tels que la sociologie, l'anthropologie, la sémiologie, ... pour comprendre les comportements et traduire les ressentis exprimés par les publics et par les équipes sur le terrain. C'est cette expertise qui permet de palier à la difficulté de saisir les nuances de son public.

Cette expertise est aussi l'une des ressources qui font des CIAP des lieux mieux compris, mieux intégrés dans le paysage culturel de leur territoire. Et ainsi, quelque part, qui donne la pleine mesure à ces lieux d'influence, de communication sur la politique culturelle, patrimoniale et urbanistique de leur collectivité.

⁵² Terme là-aussi repris en titre de l'article de Joëlle Le Marec, op. cit. page 41

⁵³ Nantes Métropole. *Le Chronographe : Projet scientifique et culturel*. Nantes : Nantes Métropole, 2018, page 21.

1.3. Une construction collective respectueuse de l'individualité

La démocratisation culturelle, dont nous avons parlé plus haut et qui est au centre de la politique culturelle française, doit se construire collectivement tout en respectant l'individualité, en permettant à chacun de développer son goût artistique et culturel, par sa propre expérience et ses centres d'intérêt. Cette notion, rappelée par Dominique Pagès⁵⁴, porte en elle le même paradoxe que celui du public souligné par Joëlle Le Marec⁵⁵. Celle-ci évoque les études menées à la Cité des sciences et de l'Industrie de 1989 à 1996 par la cellule Évaluation. Elles relevaient le discours tenu par des visiteurs conscients de faire partie du public dès le seuil de la Cité franchi : ils affirmaient par moment qu'ils parlaient en leur nom et que leur propos ne devait donc pas être relevés dans les études en cours ... Ces deux notions permettent de penser qu'un public étudié offrira des résultats très proches, finalement, de ce que peut attendre la nécessité de démocratisation culturelle. Encore faut-il l'étudier !

1.4. Un public sans représentant

Nous l'avons vu dans la définition citée plus haut, le public n'est pas un collectif, il n'a donc pas de représentant. Or, l'absence de représentant implique qu'il n'y ait pas de cadre précis pour répondre à ses attentes...

En travaillant à sa définition, en utilisant aussi bien les résultats d'enquêtes et d'études que du ressenti sur le terrain et sa traduction scientifique, la direction des Publics se fait le porte-parole des publics de son institution culturelle. À partir de là, il devient possible à cette même institution de lui répondre, et de réorienter ses décisions selon les attentes de ses visiteurs, qu'ils soient effectifs ou potentiels.

En parallèle, Jean Davallon et Éric Triquet⁵⁶ soulignent à quel point le public d'une exposition, avant son ouverture, est une zone d'incertitude pour les muséologues. Or ceux-ci ont besoin de le cerner le mieux possible, et de réduire au maximum cette incertitude pour orienter le propos de leur exposition vers le bon public. C'est tout l'intérêt d'un service des publics qui pourra, par son travail de terrain et son analyse fine des données relevées, se rapprocher le plus possible du public effectif. Ensuite, l'observation des visiteurs, de leurs actions sur le lieu

⁵⁴ Op cite p. 14 : page 99.

⁵⁵ Le Marec, Joëlle. Le public : définitions et représentations. *Bulletin des bibliothèques de France : Entre offre et demande*, 2001 - volume 46, n°2. Page 51

⁵⁶ Davallon, Jean et Triquet, Éric. Le « public », enjeu stratégique entre scientifiques et concepteurs. *Publics et musées : Du public aux visiteurs* (sous la dir. de Joëlle Le Marec), 1993, n°3. Page 70.

et le relevé régulier de leurs remarques permettra aux médiateurs d'affiner leurs discours et de s'adapter à chacun plus facilement. Ce qui est le sens même de l'interprétation...

Cet article rejoint notre propos : développer une expertise sur le public potentiel d'un lieu, d'une exposition ou d'une animation culturelle apporte un pouvoir particulier, celui de prendre des décisions sensées, motivées, et plus difficilement contraintes par d'autres décideurs moins experts en la matière. C'est un enjeu de taille dans le cadre d'un projet culturel, car il valide des choix qui ne rencontrent pas nécessairement l'assentiment général.

C'est tout l'enjeu décrit dans le guide pratique *Déploiement de projets de Gestion de la Relation Contacts (GRC) au sein des institutions culturelles*⁵⁷ : la collecte de données et leur exploitation rentrent désormais dans la stratégie numérique du ministère de la Communication. Selon ce guide, c'est par la prise en compte des publics, leur définition précise et le relevé de leurs attentes qu'ils prendront leur place au centre des préoccupations des institutions culturelles.

1.5. Portrait idéal des lieux muséaux

Nous le constatons à la lueur de plusieurs documents de référence, dont le rapport de la « Mission Musées XXI^e siècle » dirigée par Jacqueline Eidelman : dans les musées, l'étude régulière des publics depuis les années 70/80 a déjà permis de s'adapter régulièrement aux attentes des publics, et donc de développer la fréquentation et l'attractivité des sites culturels.

Car pour les décideurs il ne s'agit pas d'imposer « sa » vision du public, mais d'adapter une stratégie vouée au développement local.

À la lecture de cette consultation citoyenne⁵⁸, d'ailleurs, on peut se demander si le portrait du musée idéal dépeint par les personnes interrogées ne serait pas celui d'un CIAP. Selon eux, ce musée devra être capable de travailler hors-les-murs, être facilement accessible par les transports publics et en centre-ville. Il devra rendre l'art et la culture moins élitiste et s'adapter aux publics scolaires, organiser des rencontres dynamiques et développer sa vocation sociale, proposer une grande diversité de sujets artistiques et patrimoniaux. Il personnalisera les visites et devra offrir des clés de compréhension plutôt qu'un savoir digéré. Il devra également développer les visites autour des cinq sens et des émotions. Tout cela ressemble à s'y méprendre aux objectifs des CIAP, fixés bien avant la publication de ce rapport !

Ce que nous (ré)apprend de façon plus globale cette étude sur les publics, c'est la nécessité de demander régulièrement aux visiteurs effectifs et potentiels ce qui les inciterait à se rendre

⁵⁷ Op.cite p.50 : page 4.

⁵⁸ Op cite p. 49 : pages 171 à 205

sur un site culturel et patrimonial et ce qu'ils en attendraient. Car ainsi, ce sont de nombreuses idées, des points bloquants et des intérêts marqués qui seront relevés. Cela permet ainsi aux équipes des musées, et par extension des CIAP, de revoir tout aussi régulièrement leur copie, et de justifier les médiations et le matériel choisi.

2. Les territoires d'inscription des CIAP étudiés

Parmi les cinq centres d'interprétation constituant notre corpus, deux sont déjà ouverts au public, à Bordeaux et Pontoise, tandis que deux sont actuellement en projet, ceux de Plaine Commune et de Dijon. La ville d'Angers, qui compte à peu près le même nombre d'habitants qu'à Dijon, fera l'objet de notre troisième partie, où nous la découvrirons plus en détail.

Nous allons présenter ici ces quatre territoires labellisés :

2.1. Bordeaux, Patrimoine mondial de l'UNESCO

Bordeaux, métropole classée en 2007 au Patrimoine mondiale de l'UNESCO pour son quartier du Port de la Lune, porte aujourd'hui une visibilité internationale. Ce label, mondialement reconnu, est celui par lequel la ville communique le plus. Son nouveau maire, l'écologiste Pierre Hurmic prend le relais d'une municipalité longtemps dirigée par Alain Juppé. L'ancien Premier Ministre et président de l'Assemblée nationale est une figure politique importante du mouvement de l'UMP puis des Républicains, avant la restitution médiatique de sa carte de membre. Sa démission l'an dernier avait profité à son ancien adjoint, Nicolas Florian.

Bordeaux est une ville importante, dynamique, qui compte aujourd'hui près de 250.000 habitants et développe son attrait touristique : en 2019, les musées et lieux d'exposition de la ville (dont le CIAP) relevaient une hausse de 16,8 % des visites avec 1,49 millions de visiteurs. Tandis que la culture représente le premier budget de la ville⁵⁹, les moyens mis en œuvre pour la sauvegarde et la transmission de son patrimoine sont considérables, ce qui lui a permis d'être labellisée VPAH en 2009. Son centre d'interprétation, nommé « Bordeaux Patrimoine mondial/CIAP » a ouvert en 2014 et travaille beaucoup avec l'office du tourisme et des congrès de la ville, avec qui elle partage son local. Si l'on en croit l'agence éditoriale Arts-Actualités-Informations-Médias⁶⁰, l'aménagement du lieu sur la place de la Bourse a bénéficié d'un

⁵⁹ Ville de Bordeaux. *Bordeaux culture* [en ligne]. Date de publication : 1^{er} mars 2013. Disponible sur : <http://www.bordeaux.fr/p82366/bordeaux-culture> [Page consultée le 16.05.2020]

⁶⁰ Arts-Actualités-Informations-Médias. Ouverture de l'espace « Bordeaux Patrimoine Mondial » place de la bourse. [En ligne]. Date de publication : 25 février 2014. Disponible sur :

budget de 840.000€. Le service d'animation de l'architecture et du patrimoine bénéficie d'une surface de 500m², dont 300m² d'espace d'expositions dédiées à l'urbanisme de la métropole, passé, présent et à venir. Nous savons que les activités proposées par le CIAP a bénéficié à 73.600 visiteurs en 2018. Il travaille particulièrement pour ses habitants et le public scolaire, pour lequel il organise régulièrement des activités. S'il ne possède pas de site web dédié, ce CIAP dispose de plusieurs pages web sur celui de la commune, sur lesquelles nous détectons un accent porté sur le patrimoine bâti et les monuments historiques, ainsi que sur le passé de cité portuaire de la ville, au détriment peut-être d'un patrimoine plus immatériel.

2.2. Pontoise, cité millénaire aux portes du Vexin

Pontoise, située à la frontière de l'Île-de-France et de la Normandie, est une ville de près de 31.000 habitants. À sa tête jusqu'aux élections de mars 2020, Philippe Houillon y était élu maire depuis 2001. D'abord sous l'étiquette du parti Démocratie libérale avant de rejoindre les bancs de l'UMP, puis des Républicains, il fut député du Val d'Oise de 1993 à 2017. C'est sa sixième adjointe, Françoise Laugier, qui avait la charge de la vie culturelle et du patrimoine, et donc l'élue référente du label Ville et Pays d'Art et d'Histoire lors de notre visite au CIAP. Depuis, les Pontoisiens ont élu en mars 2020 Mme Stéphanie Von Euw à la tête de la ville, étiquetée au Centre. L'adjoint en charge de l'Urbanisme et du Patrimoine est désormais M Robert Dupaquier.

Pontoise fait partie de la ville nouvelle de Cergy-Pontoise, au nord-ouest de Paris, une agglomération de 13 communes. Si Cergy est une ville récente et moderne, sortie de terre il y a quelques dizaines d'années seulement, Pontoise est la ville historique de l'agglomération, dont l'origine remonte à plus de deux mille ans.

Contrairement à la métropole girondine, Pontoise fait de son label VPAH un atout, voire son caractère principal, qui se lit jusque dans l'entête de son site internet. Beaucoup plus modeste que Bordeaux et en périphérie de la ville de Paris, elle accueillait en 2017 dans son CIAP 3.744 visiteurs. Celui-ci est situé dans l'ancienne Officialité de la ville, un ancien tribunal ecclésiastique, et jouxte l'un des principaux musées de la ville, le musée Tavet. Ce musée est actuellement en travaux, mais sera dès sa réouverture la porte d'entrée du centre d'interprétation de la ville et son partenaire privilégié sur bon nombre d'expositions et d'animations. L'accès en sera plus facile et plus visible, car aujourd'hui les travaux du musée et dans le quartier nécessitent l'ouverture du CIAP par l'arrière de son bâtiment, qui donne sur une impasse très discrète...

<http://www.aaim.tv/ouverture-de-lespace-bordeaux-patrimoine-mondial-place-de-la-bourse/>
[Page consultée le 16.08.2020]

Le CIAP, dénommé Carré Patrimoine, s'étend sur une surface de 95m². Deux autres locaux dans la ville s'y ajoutent et permettent de proposer des activités notamment aux écoles de la ville et à leurs élèves, en attendant l'ouverture du musée Tavet.

Nous avons pu visiter le lieu et rencontrer son animatrice de l'architecture et du patrimoine, Pauline Prévot. Ce CIAP décrit une ville aux fondations millénaires, dont la situation géographique aux portes de Paris a façonné l'activité commerciale. Lors de notre visite, ce sont les impressionnistes qui y étaient à l'honneur : lieu de vie et de travail de Camille Pissaro, la ville de Pontoise a été largement représentée par le peintre et ses amis, dont Cézanne.

À l'origine, le PSC du Carré Patrimoine, validé par les comités scientifiques et culturels et les élus, prévoyait que le centre d'interprétation soit situé dans un autre bâtiment de la ville, l'ancienne imprimerie Pâris. C'est finalement l'ancienne Officialité qui a été choisie, un bâtiment classé aux Monuments historiques que cette réhabilitation a sauvé. Cette sauvegarde a permis à la commune de remporter le Ruban du patrimoine, décerné par la Fédération française du bâtiment et par la Fondation du Patrimoine. En plus de la dotation offerte par ce prix, qui permet de financer une partie des travaux (évalué à 400.000€⁶¹), c'est le travail du service d'animation de l'architecture et du patrimoine qui est ainsi mis en œuvre dès l'ouverture de son CIAP. Autre intérêt du lieu, sa situation géographique, proche de la cathédrale Saint-Maclou et en plein cœur de la ville historique est intéressante. Carré Patrimoine a reçu à son ouverture une autre récompense, le Prix du projet de tourisme innovant 2017, décerné par le Conseil régional d'Île-de-France pour son travail sur les méditations ludiques et numériques, justement, ce qui lui a notamment permis d'obtenir de nouvelles subventions pour financer le lieu. Ces récompenses et leurs dotations ont été rendues possibles grâce à la pugnacité d'un membre de l'équipe de Pauline Prévot. Cette personne apprécie particulièrement de monter des dossiers pour l'obtention de nouvelles subventions, comme nous l'avons appris en poursuivant notre conversation, après notre entretien. Qualité précieuse pour une institution culturelle ! Couplée à la connaissance des outils numériques par l'AAP, la valeur ajoutée à ce CIAP montre l'importance de valoriser les qualités de chaque membre de l'équipe.

⁶¹ Le Parisien. Pontoise : le tribunal du XVII^e siècle transformé en vitrine du patrimoine. [En ligne]. Date de publication : 16 février 2007. Disponible sur : <https://www.leparisien.fr/val-d-oise-95/pontoise-le-tribunal-du-xvii-e-siecle-transforme-en-vitrine-du-patrimoine-16-02-2017-6687207.php> [Page consultée le 30 août 2019]

2.3. Plaine Commune, Pays d'Art et d'Histoire en périphérie de Paris

Une autre animatrice de l'architecture et du patrimoine rencontrée dans le cadre de cette recherche, Charlotte Saint-Jean, travaille pour le Pays d'Art et d'Histoire de Plaine Commune. Cette agglomération, accolée elle aussi à Paris, est constituée de neuf communes et comptabilise 430.000 habitants. Sa présidence a toujours été tenue par des membres du PCF depuis sa création en janvier 2000. Aujourd'hui, c'est Patrick Braouzec qui est à sa tête, et qui travaille particulièrement à la stratégie aux coopérations territoriales, à la communication... et au projet de label « Territoire de la Culture et de la Création ». Nous allons le voir, cela explique certainement en partie l'accent mis sur ce label plutôt que sur celui des Villes et Pays d'Art et d'Histoire.

L'élu référent du label VPAH est Patrick Vassallo, septième conseiller territorial délégué au Développement local. Il est également membre de l'équipe municipale de Saint-Denis comme adjoint aux développements économique, artisanat, économie sociale et solidaire, tourisme, nature en ville et temps dans la ville, quartier Floreal, Allende, ...



Plan de Plaine Commune. © Office du tourisme de Plaine Commune, 2019.

Le vaste territoire de Plaine Commune, au patrimoine millénaire d'une très grande richesse, devrait lui permettre de proposer un CIAP mobile, basé à l'office de tourisme de Saint-Ouen, au sein du marché aux Puces. Sur une superficie de 45 m², il s'agirait, comme évoqué plus haut, de la plus petite surface des CIAP de France.

Ses dispositifs d'interprétation permettront à l'équipe de médiation de travailler dans plusieurs sites de Plaine Commune liés en réseau. La rencontre

avec Mme Saint-Jean fut elle aussi très intéressante, et nous a permis de constater combien la politique et l'organigramme de la collectivité peut influencer sur un CIAP. Ainsi, le poste d'animatrice de l'architecture et du patrimoine ne dépend pas ici d'une direction du Patrimoine et/ou de la Culture, comme nous avons pu le constater ailleurs, mais du service du Développement local. Celui-ci regroupe le développement touristique, via notamment le label VPAH, l'économie sociale et solidaire et les métiers d'art et de la création. Cela implique une orientation du CIAP axée sur le tourisme (ce que l'on remarque notamment dans le choix du local, situé dans l'une des parties les plus touristiques du territoire), même si les habitants

restent au cœur du travail de l'animatrice de l'architecture et du patrimoine. D'autres sites auraient pu être choisis, dont un espace libre dans un bâtiment historique du musée d'art et d'histoire. Attenant à la basilique-cathédrale de Saint-Denis. Cet espace aurait permis de placer le CIAP au cœur de la ville historique et proche des métro et RER.

Nous l'avons vu plus haut sur des questions comme celles de la profusion de labels, il est également très intéressant de pouvoir comparer ce Pays d'Art et d'Histoire dont chaque commune a préféré conserver sa direction « Culture ». En ne la déléguant pas la communauté de commune, elle met en lumière la difficulté de prendre des décisions collégiales dans un regroupement de territoires. Cette difficulté n'existe pas, ou du moins dans une moindre mesure, dans les Villes d'Art et d'Histoire comme Pontoise ou Angers, où la politique de la ville en ce qui concerne le label ne nécessite pas de décisions prises par des élus d'autres municipalités.

2.4. Dijon, Cité internationale de la gastronomie et du vin

La ville de Dijon se situe entre Plaine Commune et Pontoise, en termes de population : elle compte aujourd'hui 155.000 habitants. Son maire socialiste, François Rebsamen, est élu depuis 2001 dans une ville de tradition plutôt conservatrice et qui n'avait pas voté à gauche depuis 1935. Son élu en charge du label jusqu'aux élections municipales de 2020 était Lionel Bard, conseiller municipal lui aussi étiqueté à gauche. Délégué aux musées, à la lecture publique et au secteur sauvegardé, il était appuyé par une nouvelle direction de la Valorisation du patrimoine, créée en 2018⁶² au sein de la direction déléguée au Rayonnement et à l'attractivité de la ville de Dijon. M. Bard était ainsi assez proche des questions touristiques et économique, comme à Plaine Commune, mais il pouvait compter sur une vraie direction municipale sur la question du patrimoine.

À l'heure où nous écrivons nous n'avons pas encore le nom de l'élu responsable du CIAP.

Une étude des publics a été réalisée en 2016 et signale la provenance des visiteurs potentiels, tout comme l'objectif assumé de privilégier les touristes. Le projet scientifique et culturel, validé en 2018, suit de près cette étude. La direction du CIAP ne dépendra directement pas de l'animateur de l'architecture et du patrimoine mais de la nouvelle direction de Valorisation du patrimoine. Celle-ci axe la mission sur l'attraction touristique du territoire. C'est une organisation encore différente de ce qu'on a pu voir ailleurs, qui semble minimiser le rôle de l'AAP...

⁶² Dijon Métropole. *Rapport d'activité de Dijon Métropole 2018*. Dijon : Dijon Métropole, Juin 2019. Page 30.

Ce CIAP, qui sera aussi un point d'informations touristiques, bénéficiera d'une surface de 500 m² au cœur de la future Cité internationale de la gastronomie et du vin. Ce rapprochement avec le principal pôle culturel de la ville dans un lieu hautement touristique offre un point commun avec Plaine Commune et son CIAP souhaité au cœur du marché aux Puces. Nous notons toutefois des différences importantes, comme la surface dédiée au centre d'interprétation, onze fois plus importante à Dijon. Tout comme en termes de communication, d'ailleurs, puisque celui de Plaine Commune n'est encore cité nulle part tandis que celui de Dijon bénéficie déjà d'une petite couverture médiatique locale. Ainsi, le 19 septembre 2017 le journal télévisé de France 3 Bourgogne-Franche-Comté a diffusé un sujet sur la Cité et son centre d'interprétation, repris sur le site de la ville. Ce CIAP sera situé tout près du cœur historique de la ville et au départ de la Route des grands crus de Bourgogne. Si le label VPAH est moins présent sur le site de la ville qu'à Pontoise, on note toutefois une mise en valeur du label et une communication naissante sur le CIAP à venir.

Son rôle sera de créer du lien entre la Cité et la ville de Dijon. Le patrimoine qui y sera valorisé, s'il est lié à son inscription au Patrimoine Mondial de l'Unesco au titre des Climats du vignoble de Bourgogne, semble mettre l'accent sur le centre historique de la ville. Si l'on en croit l'article publié sur le site de Dijon Métropole⁶³, ce qui est peut-être réducteur...

En 2019, ses musées et monuments ont accueilli 84.615 visiteurs, auxquels la ville espère ajouter les 500.000 visiteurs annuels attendus à la Cité internationale de la gastronomie et du vin⁶⁴. Ce qui laisse augurer un grand nombre de visiteurs au centre d'interprétation, dont certainement une bonne part de touristes.

3. Les services des publics, un soutien essentiel à la médiation et au développement culturel des territoires

Nous l'avons vu, les services d'animation de l'architecture et du patrimoine, qui peuvent prendre d'autres noms selon les territoires, ne dépendent pas tous des mêmes directions dans les collectivités. Celles-ci n'accordent pas toutes la même importance au label, ce qui implique des moyens très différents d'un territoire à l'autre, tant au niveau financier qu'en terme

⁶³ Dijon Métropole. Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine [En ligne]. Date de dernière mise à jour : 12 mai 2020. Disponible sur : <https://www.metropole-dijon.fr/Grands-projets/Centre-d-interpretation-de-l-architecture-et-du-patrimoine> (Page consultée le 23/08/2020)

⁶⁴ <https://www.echodescommunes.fr/actualite/3001-quel-bilan-pour-la-saison-touristique-2019-de-dijon-metropole.html>

d'autonomie des animateurs de l'architecture et du patrimoine sur les questions de stratégie des publics et de communication.

3.1. Des publics construits... et reconstruits

Les publics se construisent dans le discours des élus locaux dès la conception des dossiers de candidature au label VPAH. Leur détermination à transmettre la connaissance autour de leur patrimoine doit être au centre de leur réflexion, avec la volonté de le sauvegarder et de le valoriser. Cette vision du public s'accroche ensuite à des études : il ne suffit pas de dire qu'on a des habitants, des enfants scolarisés et des touristes dans un territoire, il faut pouvoir en déterminer le nombre, la provenance et les particularités, pour pouvoir ensuite adapter la médiation à ces publics.

À Plaine Commune, où une étude a été réalisée par l'agence In-Extenso TCH en vue du futur CIAP, le résultat apporté est que le centre d'interprétation sera principalement « *à destination de publics résidents (scolaires et extra-scolaires, résidents) et de publics touristiques (familles individuelles, groupes, néophytes, amateurs et prescripteurs)* ». On se doute de la déception de l'AAP sur cette question, elle n'en aura pas appris grand-chose...

Pourtant, le dossier de candidature au label VPAH déposé à la DRAC d'Île-de-France, rédigé en 2013, décrit un public de façon beaucoup plus détaillée... et plus massivement constitué d'habitants, avec des enjeux qui ne sont pas sans rappeler ceux du Parti communiste français. Le président de Plaine Commune, notamment, en porte l'étiquette et les enjeux : attention marquée à la très grande partie de la population issue de l'immigration, aux salariés, habitants ou non sur le territoire, aux étudiants et publics empêchés, en plus des touristes et visiteurs. Nous nous étonnons, en lisant cette partie du dossier sur la politique des publics de Plaine Commune, de constater que finalement son projet serait d'héberger le CIAP dans l'office de tourisme du marché aux Puces. Dans ce cas, cela éloignerait des usagers de la ville et le rapprocherait surtout des touristes, principalement étrangers...

Mme Saint-Jean nous le rappelle, chaque ville, voire chaque quartier de son territoire propose un visage très différent, et un mélange habitants/touristes peu homogène. Il semble évident que s'il s'agissait de toucher en priorité le public des habitants sur ce territoire, d'autres lieux auraient pu être choisis. Mais sans étude des publics vraiment précise, difficile de le soutenir devant des décideurs dont les priorités semblent avoir évolué...

En discutant avec les animatrices de l'architecture et du patrimoine puis en lisant les documents liés aux différents CIAP de notre corpus restreint, nous nous apercevons que cette question de l'étude des publics est souvent vécue comme nécessaire. Mais le plus souvent,

une telle étude reste longtemps à l'état de projet, ou est trop ancienne pour être encore valable. C'est le cas de Plaine Commune, donc, mais aussi de Pontoise.

Ici, le PSC validé, qui n'est pas celui qui a servi à l'actuelle CIAP mais qui cadrerait le projet initial, présente une étude des publics un petit peu plus poussée que celle de Plaine Commune. Toutefois, Mme Prévot, son animatrice de l'architecture et du patrimoine, nous signale le besoin d'en recommander une nouvelle, deux ans après l'ouverture de son centre d'interprétation. Car l'idée originelle que se faisait l'équipe sur les publics potentiels a changé sur plusieurs points. Elle nous explique combien il lui est difficile de toucher les randonneurs, par exemple, qu'elle pensait pouvoir faire venir jusqu'au CIAP, notamment le samedi et le dimanche. À l'inverse, le public des familles avec enfants en bas âges s'est particulièrement approprié le lieu, pour une raison inattendue : l'accessibilité forte du lieu, prévue pour les fauteuils roulants, permet aux familles de s'y rendre avec des poussettes. Elles y trouvent non-seulement des couloirs larges et des rampes facilitant la visite, mais aussi un espace qui peut servir de « parc à poussettes » à l'intérieur du local. Très, très pratique quand vous avez plusieurs enfants à surveiller en même temps ! D'autre part la scénographie permet une utilisation inattendue des tables par les petits : il paraît que nombre de cabanes et de mondes parallèles se sont créés dessous... Le CIAP est ainsi devenu pour certains un espace ludique et plaisant que les familles apprécient retrouver.

Connaître le point de vue des publics sur ce lieu qui fait maintenant partie de leur paysage culturel. Savoir ce qui leur convient et ce qui leur manque devient indispensable pour qu'il conserve son intérêt et son dynamisme. Il peut ainsi développer son attractivité auprès de ses publics déjà fidèles et potentiels.

N'oublions pas qu'un CIAP est un intermédiaire entre le visiteur d'un territoire et l'ensemble de son patrimoine. Il nous semble nécessaire d'associer à ces études des publics tous les lieux patrimoniaux environnants et les partenaires, pour mener des actions groupées et présenter une unité au public, en respectant les particularités de chaque équipement. En cela, le partenariat que les animateurs de l'architecture et du patrimoine tissent avec les institutions culturelles et les offices du tourisme locaux sont essentiels...

Car les AAP et leurs équipes, dans les CIAP, animent un réseau d'acteurs culturels dont peut dépendre en partie le dynamisme d'une territorialité.

Pourtant ce « partenariat » entre les services n'est pas toujours évident : des tensions peuvent vite se créer sur la répartition des tâches ou des moyens, notamment sur l'accueil des publics si les locaux sont partagés, ou sur l'organisation des visites guidées, etc. Ici, tout dépendra du management par la commune, de la répartition du travail et des relations interpersonnelles entre les services, comme dans toute organisation...

Les directions des publics des CIAP, qui peuvent être communes à d'autres équipements culturels proches, peuvent donner des résultats très différents selon l'approche prévue par les élus. La question de l'organigramme est essentielle, car bien pensé il donnera toute sa dimension à ce type de service. Dans le cas contraire, il pourra expliquer une gestion plus capricieuse des équipements ou un investissement peu intéressant...

3.2. Une connaissance des publics pour une médiation plus efficace

La nouvelle muséologie, dont l'interprétation est l'un des aspects, cherche maintenant à séduire ses publics effectifs et potentiels, à les surprendre et les émouvoir, tout en leur délivrant la connaissance du patrimoine⁶⁵.

Les CIAP ne font pas exception : en centrant leur travail de médiation sur les publics, ils sont d'autant plus amenés à « chouchouter » leurs visiteurs.

Nous comprenons à la lueur de l'histoire de l'interprétation, retracée à gros traits précédemment, à quel point il est difficile de savoir si une médiation atteint réellement son public, et si elle lui permet de s'approprier le patrimoine qui l'entoure. Or il est nécessaire pour un CIAP de savoir s'il sert vraiment à quelque chose, et donc si son investissement est rentable ou non pour la collectivité. Pour l'animateur de l'architecture et du patrimoine, qui peut se trouver confronté à une municipalité moins engagée dans la valorisation du patrimoine, il est nécessaire d'avoir une base solide d'arguments pour démontrer l'intérêt de son CIAP et de son service. En cela, son service des publics, dont la mission est l'accueil, la diffusion, l'animation et la médiation culturelles, doit pouvoir analyser ses actions et leurs résultats par la mise en place d'indicateurs-clés. Ils permettront de faire évoluer son service et ainsi répondre aux obligations faites par le label : rendre le patrimoine local accessible et compréhensible aux habitants, mettre en place des activités et des animations culturelles pour les scolaires et développer l'offre culturelle du territoire pour les touristes.

Une connaissance approfondie de son public, de sa fréquentation du lieu, de ses attentes et remarques est essentielle. Elle offre ensuite un soutien renforcé de la collectivité, qu'il soit technique, financier ou autre, et permet d'investir régulièrement dans le CIAP, ses équipes et ses dispositifs de médiations.

⁶⁵ Daniel Jacobi et Anik Meunier, in Chaumier, Serge et Jacobi, Daniel (sous la dir.), *Exposer des idées : du musée au Centre d'interprétation*. Paris : Complicités, 2009. 200 p. (coll. Privée). Page 36

Nous l'avons vu, Pauline Prévot, au Carré Patrimoine de Pontoise, le sait très bien et envisage de commander une étude des publics avant de réadapter, ou plutôt de compléter certains éléments de son CIAP, trois ans après son ouverture.

Les multiples dispositifs de médiation et d'interprétation mis en œuvre dans les VPAH, et plus particulièrement dans les CIAP permettent eux aussi de comprendre et de quantifier les publics. Nous cherchons maintenant à savoir comment leurs résultats peuvent être relevés, et s'ils correspondent aux attentes formulées dans leurs projets scientifiques et culturels.

D'après ce que nous avons pu voir et entendre sur le sujet, durant notre formation, par notre expérience professionnelle et lors de notre enquête, il nous semble intéressant de chercher à déterminer la proportion des différents types de publics le plus précisément possible. Nous pouvons ensuite aller beaucoup plus loin que les trois publics-clés et vérifier que nous avons des dispositifs de médiations et d'interprétation à apporter aux publics :

- dits « empêchés » : handicapés, dans l'incapacité de se déplacer, prisonniers, âgés,...
- scolaires et jeunes : quelles tranches d'âges/cycles scolaires, en centre de loisirs et durant les vacances ou avec les enseignants, en visite en famille ou entre amis
- familiaux, justement, à combien ils peuvent venir avec ou sans poussettes, âges variés des enfants, en groupes multigénérationnels, etc.
- individuels, en couples et entre amis,
- en groupes, leur origine (association, entreprise, amis et familles, tour operator, etc.), âge, ...

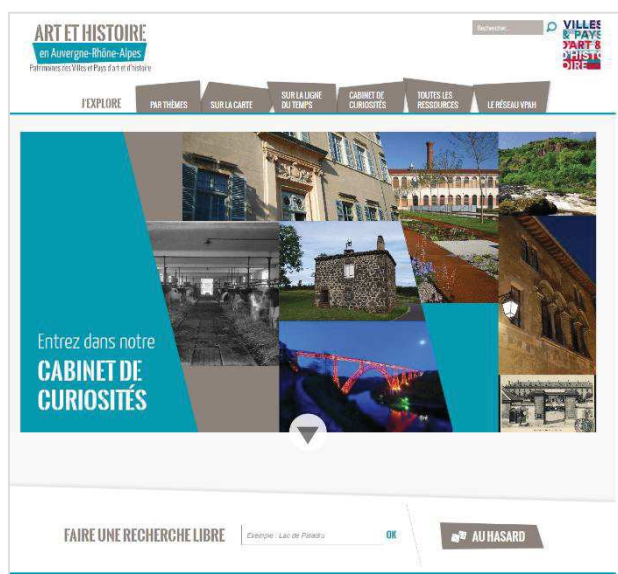
Il est ensuite intéressant de connaître l'utilisation des dispositifs de médiation à disposition. Avoir une vision claire du degré de connaissance que les visiteurs ont déjà du territoire et de son patrimoine, ce qu'ils ont déjà visité, ce qu'ils souhaitaient voir avant de se rendre dans le CIAP. Mais aussi savoir ce que celui-ci leur procure comme envie de découverte sur le territoire, afin de rendre compte de l'action du CIAP et de son équipe, et apporter aux élus des informations sur le « retour sur investissement » réalisé par leur équipement. Cela permet d'améliorer les échanges entre les sites patrimoniaux et les intervenants culturels sur le territoire, de continuer de développer l'intérêt patrimonial de la collectivité et son attraction auprès des habitants comme des touristes... et des entreprises.

4. Des choix de communication aléatoires d'un territoire à l'autre

4.1. Des dispositifs de communication à l'échelon national et régional

Le site web abritant le forum privé des animateurs de l'architecture et du patrimoine a été mis en place par le ministère de la Culture il y a très longtemps, comme nous l'avons évoqué plus haut. Il permet au grand public, normalement, de visualiser le réseau des VPAH et de prendre connaissance des actions menées autour du patrimoine par les collectivités. Ce site, qui peut poser problème à plus d'un titre par son ancienneté, est néanmoins celui vers lequel dirigent bon nombre de DRAC ou de sites web de territoires labellisés.

Les DRAC présentent en règle générale au moins une page pour présenter leurs VPAH, mais là commence à se voir l'implication de la région sur le label, car tous les territoires de France ne bénéficieront pas des mêmes moyens.



Site web dédié aux VPAH d'Auvergne – Rhône-Alpes.
Capture d'écran réalisée le 30 août 2020.

Nous notons des différences flagrantes entre la région Auvergne-Rhône-Alpes⁶⁶, par exemple, qui propose un site dédié aux VPAH très visuel et attrayant renvoyant vers les collectivités labellisées, et celui de l'Occitanie⁶⁷, qui semble s'adresser aux collectivités et qui leur décrit l'intérêt pour elles des Ville et Pays d'Art et d'Histoire.

Nous l'avons vue en première partie, cette question du site national et du déséquilibre entre les moyens dont disposent les régions saute aux yeux. Pourtant, beaucoup de points communs existent

entre les CIAP au sujet de leurs outils de communication.

⁶⁶ Op.cit. p.38

⁶⁷ DRAC Occitanie. *Villes et Pays d'Art et d'Histoire* [en ligne]. Date de publication : 1^{er} avril 2018. Disponible sur : <https://www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Occitanie/Patrimoine-et-architecture/Villes-et-Pays-d-art-et-d-histoire> [Consultée le 15 mai 2020]

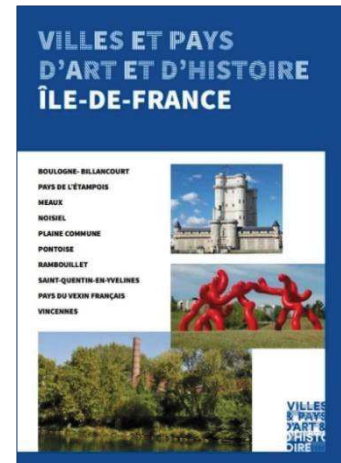
Sur le terrain, certains dispositifs seront sensiblement les mêmes d'un CIAP à l'autre, car cadrés par la charte graphique du label Ville et Pays d'Art et d'Histoire. Il en est ainsi des livrets et guides proposés dans tous les VPAH, qu'ils aient un CIAP ou non, et qu'on peut aussi retrouver dans les offices du tourisme. Nous rappelons ici que l'activité des services d'animation de l'architecture et du patrimoine ne se limite pas à la gestion d'un CIAP mais qu'ils travaillent à la valorisation du patrimoine bien avant l'ouverture de leur centre d'interprétation. Ils sont amenés à publier des brochures, voire des livres sur leur patrimoine rapidement après la création de leur service, le plus souvent avec le soutien des archives et des sites patrimoniaux de leur territoire. Nous trouvons également dans les régions des guides édités par un collectif d'animateurs de l'architecture et du patrimoine, comme celui de l'Île-de-France, publié en 2015 par la DRAC.

Ces fascicules, qu'il s'agisse de « Focus » concentrés sur un élément du patrimoine local, de « Rendez-vous » listant la programmation des activités et animations prévues pendant la saison, ou encore des livrets plus complets à destination des enfants et de leurs enseignants, offrent tous une mise en page sensiblement la même d'un VPAH à l'autre. Ils peuvent être facilement identifiables par les visiteurs qui ont déjà trouvé ce

type de publication ailleurs. Ce sont des guides toujours très riches en informations, souvent thématiques et qui ont la particularité de laisser toujours un peu de place pour inviter les touristes à prolonger leurs visites dans d'autres lieux patrimoniaux et d'autres VPAH proches.

Ainsi, on peut compter jusqu'à plusieurs dizaines de brochures pour un même territoire. À côté de ces brochures, beaucoup de « goodies » peuvent être imprimés pour le compte des VPAH. Autocollants, marque-pages, cartes postales, etc... font partie du kit de communication et sont distribués dans les CIAP, offices de tourisme et sites culturels partenaires.

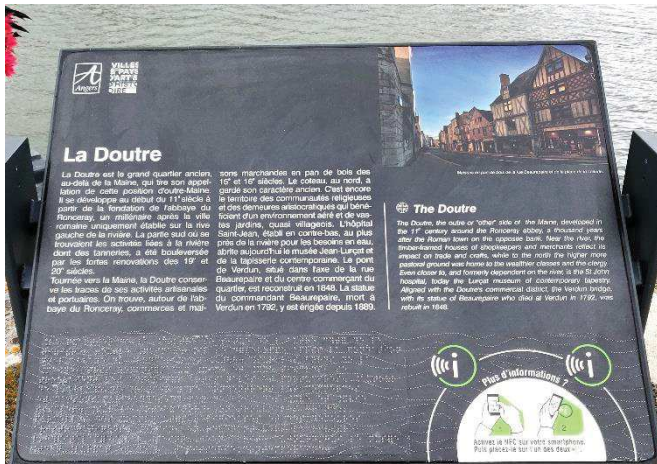
Il peut également se trouver des panneaux d'information des services d'animation de l'architecture et du patrimoine près des sites importants, eux aussi mis en place par l'équipe de l'AAP. Ils portent le logo des VPAH, et permettent de mettre en valeur le label près des éléments importants du patrimoine. Ces panneaux, souvent plus coûteux, sont très intéressants pour les promeneurs, mais leur coût empêche parfois de les changer régulièrement.



Fascicule des VPAH d'Île-de-France publié en 2015.



Panneau du service Angers Patrimoines installé près du Musée Pincé. Cliché réalisé en juin 2019.



Panneau installé sur le pont de Verdun, à l'entrée du quartier de la Doutre. Cliché réalisé en juillet 2020.

Une certaine vétusté peut s'y faire sentir au bout de quelques années, comme nous le voyons sur ce premier exemple trouvé dans les rues d'Angers : le panneau de l'hôtel Pincé, au contenu toujours lisible, a été dégradé par les intempéries, qui en ont notamment craquelée toute la surface, mais aussi par des vandales dont le panneau porte encore un graffiti. Le logo VPAH n'est plus à jour, les couleurs sont passées et les bords abîmés... L'animatrice de l'architecture et du patrimoine nous avait appris en 2019 que ce panneau et d'autres dans la ville seraient bientôt remplacés. C'était le cas au mois de juillet : en passant sur le pont de Verdun, près du quartier de la Doutre, nous avons trouvé ce panneau, en bon état, auréolé des logos actuels du label VPAH et de la ville. Grande nouveauté, la technologie NFC, embarquée sur les appareils connectés actuels, lie ce

panneau au site web de la ville, sur la page conçue par le service Angers Patrimoine pour ce quartier.

Cette communication peut parfois s'arrêter à ces éléments, pris en charge par la collectivité. Il est à noter que c'est le plus souvent l'animateur de l'architecture et du patrimoine qui en fait la demande, après en avoir déterminé le besoin et le contenu.

4.2. Une communication déterminée localement

C'est à partir de là que la politique de la ville, en termes de communication et de gestion des publics, va prendre toute sa mesure. À Pontoise, par exemple, où la commune clame haut et fort les couleurs de son label, l'animatrice de l'architecture et du patrimoine ne bénéficie pas d'un accès libre aux dispositifs de communication de la ville pour annoncer ses événements et communiquer sur ses actions en cours. Qu'il s'agisse des réseaux sociaux ou du site de la

commune, tout doit passer par le service de communication de la ville, apparemment plutôt réactif, et ne peut faire l'objet d'un traitement particulier. Ainsi, pas de page Facebook, Twitter ou Instagram dédiée au CIAP, ni même un hashtag qui permettrait de repérer la liste des publications faites par l'équipe de Mme Prévot. Pas de possibilité non-plus de publier directement des photos d'activités ou de visites guidées dans la ville, et encore moins de gérer un site web avec un agenda dynamique et réservé au CIAP... L'équipement fait partie du giron de la municipalité, qui souhaite en contrôler le propos et la communication, comme pour tous les services de la ville. Il en va de même pour l'affichage et l'installation de panneaux dans la commune, qui répond à une réglementation très stricte. On le comprend, cela peut créer une certaine frustration chez l'AAP qui, par son passé de conservatrice et de webmaster d'un musée littéraire, a l'habitude de communiquer et connaît bien les ressources et méthodes de communication possibles.

Frustration similaire chez l'animatrice de l'architecture et du patrimoine de Plaine Commune, qui par l'organisation de sa collectivité se retrouve dépendante d'une direction aux objectifs éloignés du label qu'elle représente. Là, le CIAP toujours en projet ne bénéficie pas de la moindre communication, seul le label de Ville et Pays d'Art et d'Histoire fait l'objet d'une simple page web... sur le site de l'office de tourisme de la communauté de communes. La politique des publics a du mal à s'y mettre en place, en ce qui concerne le CIAP.

Il est à noter, pourtant, que dans son dossier de candidature au label Plaine Commune promet la mise en place d'un site web dédié, en plus d'une communication sur les supports déjà déployés par la communauté de commune.

À Bordeaux, le CIAP dispose de plusieurs pages web sur le site de la ville⁶⁸, où quelques petites vidéos permettent de se rendre compte, même très vaguement, de ce qu'on peut y trouver et où un agenda spécifique recense le planning des visites guidées et des activités programmées. On y remarque un document plutôt bien détaillé destiné aux enseignants, et quelques brochures VPAH sur le patrimoine de la ville y sont téléchargeables.

Dijon communique déjà sur son projet de CIAP, notamment sur le site de la ville. Si l'accent est porté sur la Cité internationale de la gastronomie et du vin, la présence du CIAP dans ce nouvel équipement n'est pas oubliée dans la communication de la localité. Le travail de l'équipe de l'AAP peut également se lire sur le site du patrimoine et des musées de la ville⁶⁹ :

⁶⁸ Ville de Bordeaux. *Bordeaux Patrimoine Mondial* [en ligne]. Date de publication : 12 février 2018
Disponible sur : <http://www.bordeaux.fr/p128626/centre-d-interpretation-bordeaux-patrimoine-mondial>
[Consultée le 15.05.2020]

⁶⁹ Ville de Dijon. *Dijon en fascicules* [en ligne]. Date de publication : 28 février 2019
Disponible sur : <https://patrimoine.dijon.fr/dijon-fascicules> [Consultée le 15.05.2020]

on y retrouve très facilement les brochures publiées sous le label des VPAH. Ce site présente d'ailleurs le logo du label en bonne place auprès de ceux des Musées de France et des Musées de Dijon.

Les moyens mis en œuvre pour la communication ne sont clairement pas les mêmes d'une commune à l'autre. Sa gestion, le plus souvent cadrée par une direction de la Communication et par un élu dédié, peut dans certains cas laisser une certaine liberté aux AAP et à leurs équipes. Idem pour les pôles culturels regroupant plusieurs directions, comme on le constate à Dijon avec ce site des musées de la ville. Passer par des intermédiaires pour communiquer sur ses événements n'est pas le souci majeur, si les personnes modérant ces plateformes réagissent rapidement. Le blocage peut venir des ressources choisies pour communiquer et d'un cadre trop restreint, qui ne permet pas de donner une idée de l'attractivité et du dynamisme d'un équipement.

Il est également difficile pour les services de l'animation de l'architecture et du patrimoine d'avoir des retours sur l'intérêt marqué du public, s'il est recueilli par des dispositifs de communication mis en place par une autre direction que la leur. Le nombre de visiteurs sur une page web, de téléchargement des fascicules en ligne ou des recherches de contact sur Google, par exemple, ne leur seront fournis que si les directions de la communication leur donnent la main sur ces dispositifs... ou leur fournissent ces données. Tout un pan de l'étude de leurs publics ne sera donc disponible au CIAP que si la collectivité anticipe ce partage d'informations entre les services, ce qui accentue la disparité de traitement d'un territoire labellisé à l'autre.

On remarque ainsi combien un service des publics, dans une collectivité, dépend des autres directions que la sienne pour pouvoir s'évaluer, se développer et prendre toute sa mesure. Le management de la ville en dessinera en grande partie les contours...

L'implication des élus fait aussi communication : ainsi, nous constatons que certains élus prennent la parole et représentent aux yeux du public le responsable de ce nouvel équipement culturel en amont de son ouverture dans la presse locale, voire au journal télévisé régional. Ce fut le cas à Dijon quand François Rebsamen présenta la préfiguration de la Cité internationale de la gastronomie et du vin de sa ville, et donc du CIAP en septembre 2017, devant les caméras de France 3 Région Bourgogne-Franche-Comté. Autre exemple, l'inauguration du CIAP de Pontoise et de ses dispositifs numériques firent l'objet d'une

couverture par la presse locale, avec des articles dans Le Parisien⁷⁰ et sur le site Actu.fr⁷¹. Ils sont encore aujourd'hui dans la première page des résultats de Google quand vous recherchez les termes « CIAP Pontoise » .

On lit dans ces articles l'intérêt des élus pour leur patrimoine local et leur fierté de proposer un équipement culturel moderne. Ce sont eux, et non l'animatrice de l'architecture et du patrimoine, qui présentent le CIAP aux journalistes, et ce sont leurs bons mots qui sont repris pour illustrer le plaisir d'utiliser les dispositifs de médiation du lieu. Mais surtout, ce sont eux qui dessinent le public qui y sera accueilli :

« Le Carré Patrimoine est un lieu pour tous, petits et grands, passionnés par Pontoise ou néophytes, Pontoisiens de longue date ou visiteurs de passage. »⁷²

Les intervenants d'un projet, dont les scénographes, peuvent aussi intervenir en amont de l'ouverture du projet pour donner une image du lieu et de son public.



Illustration du projet de CIAP de Dijon. © Agence Arc-en-Scène

⁷⁰ **Le Parisien.fr.** *Pontoise ouvre un musée high-tech pour valoriser son patrimoine* [en ligne]. Date de publication : 14 septembre 2017. Disponible sur : <http://www.leparisien.fr/val-d-oise-95/pontoise-ouvre-un-musee-high-tech-pour-valoriser-son-patrimoine-14-09-2017-7260561.php> [Consultée le 16 mai 2020]

⁷¹ **Actu.fr.** *Ouverture du CIAP, un carré où le patrimoine est VIP* [en ligne]. Date de publication : 22 septembre 2017. Disponible sur : https://actu.fr/ile-de-france/pontoise_95500/ouverture-du-ciap-un-carre-ou-le-patrimoine-est-vip_12335067.html [Consultée le 16.05.2020]

⁷² *Philippe Houillon, maire de Pontoise, en septembre 2017. Propos recueillis par Joseph Canu pour La Gazette du Val d'Oise, repris sur Actu.fr.*

À Dijon, par exemple, l'agence Arc-en-Scène publie sur son site des illustrations du projet sur lequel elle travaille, et propose un montage incluant des personnages. Elles donnent ainsi à voir une population particulière, qui rentre dans la communication discursive des publics.

Nous y voyons une population plutôt jeune, des familles avec des enfants en bas âge et des personnes habillées de façon très décontractée, visiblement en promenade. Ce choix de personnages d'illustration n'est pas, *a priori*, celui du commanditaire. Mais l'architecte ou le scénographe qui a réalisé cette vue l'a certainement faite à partir de la commande à laquelle il répond. Nous pensons donc que si ce n'est pas un support de communication réalisé par la municipalité de Dijon, elle reflète au moins en partie sa volonté.

4.3. Un nom d'équipement culturel difficile à utiliser

Nous l'avons vu plus haut, le nom de « CIAP » ou de « Centre d'interprétation de l'architecture et du territoire » est pour notre corpus restreint comme pour l'ensemble des CIAP de France très difficile à utiliser dans sa communication. Nous l'avons constaté sur le terrain, avec les animatrices de l'architecture et du territoire que nous avons pu rencontrer.

À Pontoise, le nom du CIAP a fait l'objet d'un vote des habitants. Le nom finalement choisi, Carré Patrimoine, ne correspond ni à la forme du lieu, ce que certains lui reprochent, ni au type d'équipement. Mais il semblait à l'AAP comme aux élus que le terme de centre d'interprétation qui a pourtant été expliqué dans la presse lors de l'inauguration n'est pas assez clair pour permettre aux publics de savoir ce qu'ils pourront y trouver. Une autre solution aurait été de l'appeler « Maison du patrimoine », mais un équipement à Cergy le porte déjà, ce qui excluait tout nom s'y rapprochant de trop et qui aurait perturbé la communication des deux lieux. Le nom de « Carré Patrimoine » n'est donc pas parfait, mais permet au moins de savoir quel en est le sujet.

Dijon assume le terme de Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine. Pour le moment c'est ainsi qu'il est nommé dans les différents dispositifs de communication que nous avons pu relever. À Plaine Commune, la question n'apparaît pas encore, puisque la communication sur ce futur lieu est absente, au grand dam de l'animatrice de l'architecture et du patrimoine...

Bordeaux fait figure d'exception : le nom de CIAP apparaît bien dans la dénomination du lieu, mais en sous-titre, avec un titre plus international et plus facilement compréhensible pour les touristes (« Bordeaux - Patrimoine mondial/CIAP »). Mais surtout, le nom de CIAP a été donné à son logo, une sorte d'oiseau stylisé dont le corps est une paire de jumelles, sur une plaquette du CIAP destinée aux scolaires. Ainsi, la difficulté rencontrée par ce nom se trouve gommée et « CIAP » devient un personnage dont les enfants sont amenés à se souvenir pendant un bon moment. Nous n'avons retrouvé cette appellation du logo que sur une plaquette, il faut donc relativiser cette « trouvaille », mais nous la trouvons assez originale et intéressante pour la relever.



Extrait de la plaquette "La fleur mystérieuse du quartier de la Bastide" destiné aux publics scolaires.

5. Articuler stratégiquement les composantes communicationnelles et les missions vers les publics

Communiquer et mettre en œuvre une stratégie des publics nécessite des compétences, déjà largement rassemblées dans les services de l'animation et du patrimoine. Et comme dans toute branche professionnelle, ces compétences doivent être régulièrement mises à jour. D'autant plus avec l'avènement du numérique, qui accélère le rythme de ces actualisations. Mais sont-elles toujours bien comprises par les élus qui recrutent ces professionnels ?

5.1. Nouveaux regards, nouveaux dispositifs, nouvelles compétences ?

Parmi les missions de l'AAP, celle de l'accueil et de la gestion des publics est essentielle, puisqu'elle participe à une bonne prise en compte des visiteurs et de leurs attentes dans l'interprétation qui sera faite du patrimoine.

L'approche touristique des CIAP se définit en partie par ses horaires selon les saisons, mais aussi par sa fidélisation des publics. Celle-ci passe en partie par la stratégie de financement : l'espace sera-t-il gratuit, ou non ? Fera-t-il payer ses visites guidées ? Quel sera son accueil des publics ?

Il sera donc nécessaire que les personnes au contact du public aient de très bonnes compétences relationnelles, car de la qualité de leur accueil dépendra en grande partie le plaisir des visiteurs à découvrir les lieux. Selon une étude menée par Jacqueline Eidelman et Benoît Céroux en 2009 pour le ministère de la Culture et relevée par Nicolas Navarro en

2014⁷³, la qualité de l'accueil est le premier point de satisfaction des publics. Ce qui est d'autant plus important pour un équipement culturel soucieux d'être la porte d'entrée de tout un territoire...

Au-delà du savoir être avec le réseau professionnel, posséder un bon relationnel permet aussi aux personnes au contact du public d'en ressentir les besoins et les attentes. Ces qualités doivent être perçues par les responsables d'équipes, qui relèveront ainsi des données impalpables et pourtant très intéressantes pour le développement du lieu.

Mais ces compétences de l'accueil des publics ne sont pas les seules à être en jeu : les dispositifs de médiation demandent aux interprètes du CIAP de savoir s'en servir et de repérer ceux qui peuvent être utilisés dans telle ou telle situation. Dans ce sens, les dispositifs de médiation numérique nécessitent une très bonne connaissance des nouvelles technologies, et doivent faire l'objet d'une formation initiale et continue des professionnels de la médiation culturelle. C'est avec ces compétences qu'une institution culturelle peut perdurer, car l'évolution rapide des NTIC - Nouvelles technologies de l'information et de la communication - exige une mise à jour régulière des connaissances pour conserver l'attractivité d'une institution culturelle.

5.2. Des compétences communicationnelles déterminantes

Savoir communiquer, c'est aussi savoir écouter et observer. Nous l'avons vu, un service dédié à l'interprétation de l'architecture et du patrimoine, donc à la communication autour du patrimoine local et de l'urbanisme nécessite une connaissance parfaite de son territoire et de son public. Il peut ainsi lui transmettre son patrimoine et les messages des élus territoriaux sur les projets d'urbanisme dans les meilleures conditions possibles.

La communication est une compétence qui ne s'arrête pas à l'interprétation. Au-delà de la profession d'interprète, c'est un métier à part entière pour lequel il ne s'agit pas de simplement savoir commander une affiche ou disposer un logo sur des programmes. Comme pour la médiation, une connaissance très approfondie du territoire et de ses publics est absolument nécessaire pour savoir à qui on s'adresse et quelles sont les attentes vis-à-vis de son institution, quel message transmettre, auprès de qui, à quel rythme et dans quelles conditions, en prenant en compte l'agenda culturel local. Tout cela dans une perspective stratégique à court, moyen et long terme, aussi bien pour le CIAP que pour la collectivité qui l'emploie.

⁷³ Op.cit. p.26 : page 99.

La communication doit être incluse dès le début du projet pour que tout soit anticipé. S'il ne connaît pas les tenants et les aboutissants d'un projet, le service de communication ne peut passer correctement le message voulu auprès des publics. Comme pour tout métier, travailler dans la précipitation pose plusieurs problèmes majeurs. Dans ces cas-là, la direction de la Communication ne peut pas prendre de mesures dès le début du projet, prévenir ses contacts médiatiques, organiser son budget à temps pour les publications nécessaires, apporter le regard de celui qui devra transmettre l'essence du projet au public et trouver l'angle de communication idéal, et encore moins gérer son propre calendrier. Et comme tous les services, revoir sa copie régulièrement parce qu'on n'a pas les détails nécessaires à un bon plan de communication est pénible, contre-productif et finalement coûteux pour le contribuable. Sans compter le temps perdu en aller-retours avant la validation finale, chronophages et agaçants pour tout le monde.

Si la communication est un dispositif incontournable et très souvent une simple question de bon sens, l'organisation et les connaissances de professionnels dans ce domaine sont un gain de temps, d'efficacité et d'argent. C'est indispensable pour une collectivité publique, comme ça l'est pour les entreprises dans le privé.

Après une étude des lieux et des dispositifs de médiation, une observation des partenaires et les concurrents du lieu, une mise à plat des moyens de communication et une analyse fine des publics, la communication sera en mesure de détecter les atouts et faiblesses de l'institution. Elle propose ensuite des solutions adaptées dans une stratégie de communication opérationnelle. Une veille continue et la surveillance d'indicateurs permettra ensuite d'adapter cette stratégie selon l'évolution de l'institution et de son environnement.

Car nous l'avons vu, créer un CIAP n'est pas simplement remplir une obligation contractuelle. Il s'agit d'apporter les clés de compréhension du patrimoine local aux habitants et aux touristes et de dynamiser l'offre culturelle sur le territoire. Il s'agit aussi d'augmenter les visites des autres sites culturels du territoire, partenaires naturels des CIAP, d'informer sur les projets d'urbanisme de la collectivité et faire passer les messages des élus sur ces thèmes aux habitants.

La manière du CIAP de parler du patrimoine local est déterminante. Le contact avec les publics, que ce soit par l'accueil des visiteurs, par le choix des médiations et par le degré de professionnalisme et d'enthousiasme des interprètes font le succès des lieux culturels. Dans ce cadre, apporter des dispositifs de communication pratiques et clairs aux médiateurs - et donc à leurs visiteurs - est un atout majeur pour eux. Ainsi, travailler dès l'amont à la rédaction et la mise en page des panneaux, cartels, signalétique et documents pédagogiques avec la communication permet une seconde lecture plus distanciée permettant de gagner en

efficacité. En travaillant dès le début avec les équipes de médiation et en déterminant à qui, pour qui, pourquoi et comment elle parle, la communication devient une fonction support essentielle. Elle permet aux médiateurs de se concentrer sur la programmation culturelle.

Plusieurs « challenges » communicationnels apparaissent dès le lancement d'un projet de CIAP. Son nom, tout d'abord, est une vraie difficulté : il faut permettre aux visiteurs potentiels de comprendre ce qu'ils pourront trouver dans ce « centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine ». Il faut aussi expliquer aux habitants pour quelle raison les deniers publics sont utilisés pour un lieu qui n'est ni un musée, ni un atelier, ni un service scientifique ou d'événementiel, mais un peu tout ça à la fois.

C'est la même chose pour la signalétique, qui doit être étudiée de très près par les CIAP avant même leur création. Si elle permet de mieux anticiper la visite d'un lieu ou d'un parcours, elle porte également en elle des systèmes de signes symbolisant l'ensemble du territoire labellisé. Elle doit parler à tous, habitants, touristes, adultes et enfants, et porte en elle l'image du lieu, qu'elle doit participer à rendre attractif.

La mise en place d'une charte communicationnelle est ainsi essentielle. Dans un autre domaine, nous l'avons observé durant notre stage à l'Institut de France. En place depuis seulement deux ans au sein d'une institution pluri-centenaire et plurielle, le service de communication a commencé par revoir le logo de l'Institut, qu'elle décline sur les cinq académies qui le constituent et sur les principales fondations qu'il gère ou soutient. Elle a mis en place une charte précise, aussi bien graphique que textuelle, ce qui permet de donner une image plus forte à toutes les entités regroupées sous la Minerve de l'Institut de France. Cette charte, qui vient de faire l'objet d'un « livret de marque » distribué à tous les collaborateurs de l'Institut, s'applique dorénavant à chaque support de communication. Jusqu'à la signalétique globale du Palais de Conti : désormais, chaque panneau, chaque élément de communication, depuis le courrier du chancelier aux noms des services inscrits dans l'ascenseur, doit être réalisé dans le respect de cette charte. Elle donne une vision du lieu plus moderne et plus forte qu'elle n'en avait jusqu'alors.

La communication d'un CIAP doit pouvoir fonctionner de la même façon, dans le respect de la charte communicationnelle de sa collectivité locale, avec pour mission d'en valoriser l'image auprès de ses visiteurs.

5.3. Une connaissance des sciences humaines essentielle

La communication est un métier intégré aux sciences de l'information et de la communication (les SIC), l'une des branches universitaires des sciences humaines et sociales. Cela implique

une utilisation des sciences humaines dont l'anthropologie et la sémiologie. C'est fondamental pour comprendre les comportements humains et prévoir les réactions naturelles devant certains événements ou explications.

Ainsi, la question du territoire et de l'imaginaire qu'il porte, largement traitée en anthropologie avec les notions de lieux et de territorialité, peut expliquer certaines réactions devant les projets d'urbanisme ou d'alliance avec d'autres localités. Ce qu'une communication bien pensée permet d'accompagner dans la douceur... Ce sont des notions d'autant plus intéressantes pour les CIAP, les VPAH et les animateurs de l'architecture et du patrimoine qu'ils fonctionnent déjà en réseau. Ils forment ainsi une territorialité culturelle et patrimoniale, versant relationnel et communicationnel du territoire.

Celui-ci est un construit social. Il m'explique l'existence de frontières administratives ou des limites naturelles et porte dans le même temps sa propre symbolique, forgée par l'image qu'il souhaite transmettre. Cela nous amène à la question de la « production de la localité » : étudiée par l'anthropologue Arjun Appadurai⁷⁴, elle décrypte le phénomène de l'identité commune, qui permet aux habitants d'un territoire de se différencier des autres groupes d'habitants par sa culture. Selon M. Appadurai, elle est façonnée par trois éléments matériels : l'architecture - qui comprend les bâtis mais aussi les espaces agricoles -, la performance culturelle et la représentation de la localité. C'est cette même production de la localité que les VPAH mettent en oeuvre, en valorisant leur patrimoine local ; un communicant professionnel apportera sur ce point son expertise aux animateurs de l'architecture et du patrimoine, avec qui il trouvera un socle commun de travail et de connaissances. Ensemble, ils feront évoluer et communiqueront l'image de leur localité, par sa production visuelle, écrite, mais aussi vidéo, voire olfactive. L'importance pour les CIAP et les AAP de travailler sur l'interprétation, donc avec l'affect et les cinq sens, prend ici toute son importance.

Tout comme les notions en anthropologie de territoire, de territorialité et de production de la localité, celle des lieux ont une importance capitale pour les collectivités. Bernard Debardieux l'explique dans son article « Le lieu, fragment et symbole du territoire » (1995) :

« Une collectivité nécessite le lieu pour se donner une image d'elle-même ; à cette occasion, il est aussi l'emplacement qui rend possible une expérience individuelle par laquelle l'individu trouve place dans la société qu'il fait sienne »

⁷⁴ Appadurai, Arjun. *The production of locality*, In Fradon R. (dir.) *Couterworks : Managing the diversity of knowledge*. New York, Routledge, 1995

La sémiologie est complémentaire à l'anthropologie sur cette question de la définition des territoires et des lieux, par son travail sur les questions de signes et de symboles. Elle aide les collectivités locales à développer leur identité, aussi bien au regard des habitants, qui pourront ainsi mieux appréhender leur territoire, qu'à celui des touristes. Nous le voyons au travers de l'Histoire : l'importance des blasons, des drapeaux et des signes distinctifs de couleurs politiques, culturelles et/ou territoriales a été déterminante pour les groupes humains. Et nous le constatons encore au quotidien : demandez à des amateurs de foot quelles sont leurs couleurs et vous entendrez des discours enflammés pour leur équipe... donc pour leur territoire ! Tout cela s'explique par les SIC. Elles sont déterminantes, encore une fois, pour toute localité souhaitant valoriser son patrimoine.

La communication utilise ces leviers, en toute connaissance de cause, pour construire une image correspondant au territoire auquel elle se rapporte et aux groupes qui l'occupent. Nous le voyons lors de la création de logos pour les villes, départements ou régions : la symbolique qu'ils comportent est importante et forge l'image d'un territoire, aussi bien au regard des habitants, des touristes que des entreprises qui s'y installent.

5.4. Les métiers de la médiation au regard des communications numériques

Nous l'observons depuis la période de confinement : avoir anticipé la numérisation des œuvres et des lieux culturels et mis dans la boucle les équipes de communication aura permis à bcp de lieux culturels de sortir des contenus, proposés notamment par le #Culturecheznous créé par le ministère de la Culture. Ainsi, le lien avec les publics est maintenu, voire enrichi par le partage sur les réseaux sociaux, et cela par l'action des équipes de communication.

La communication numérique est une forme de médiation vers les publics. Elle touche au plus près chacun d'entre nous par ses opérations sur les réseaux, par emailing, etc. et permet à tous de connaître les dispositifs mis en place par les professionnels du patrimoine. C'est une compétence qu'il est essentiel de développer chez les médiateurs et interprètes patrimoniaux, comme l'a largement soulignée Mme Pagès dans son article cité plus haut⁷⁵.

Jusqu'à présent le numérique n'a pas fait partie des compétences requises pour les animateurs de l'architecture et du patrimoine, comme nous l'observons sur le concours-type relevé sur le site des VPAH⁷⁶. Il semble pourtant nécessaire aux collectivités et aux directions du patrimoine de prendre en compte ce domaine, à l'avenir, déjà incontournable dans les

⁷⁵ Op. cit. p.14

⁷⁶ Op cit. p.80

institutions culturelles. Le nombre de dispositifs de médiation numériques utilisés dans les CIAP et toute autre organisation patrimoniale implique une réflexion appuyée sur leur utilité, leur utilisation par les publics et leur maintenance quotidienne. Les animateurs de l'architecture et du patrimoine se retrouvent aujourd'hui dans la même configuration qu'un chef de projet web : sans avoir nécessairement à connaître les langages de programmation ou les détails techniques les plus poussés, ils se doivent de savoir ce qu'il est possible de réaliser ou non. Ils doivent connaître les coûts, compétences et maintenance que cela implique, et être en mesure de réaliser des mises à jour ou dépannages de base, sans avoir systématiquement à contacter les services de maintenance, trop lourds en termes de délais d'attente et de coûts pour la collectivité.

Dans les offres d'emploi d'AAP, des compétences en communication et/ou une « aisance en informatique » sont demandées, parfois même, comme à Nice, une maîtrise des outils informatiques et web. Nous constatons toutefois à la lecture de ces annonces combien ces compétences sont encore secondaires, alors que l'AAP est un responsable des publics et de la communication en puissance.

À l'inverse, les directeurs de la communication recrutés dans les collectivités locales doivent connaître toutes les ressources de la communication numérique, et sont donc certainement plus habilités dans les communes à transmettre les messages des élus auprès des habitants.

5.5. Animateur de l'architecture et du patrimoine : un métier à définir

Les animateurs de l'architecture et du patrimoine sont les interprètes du patrimoine des territoires. Ils coordonnent les contenus, les animations, les événements culturels et patrimoniaux de leur collectivité et gèrent les lieux d'exposition, d'ateliers, de rencontres et de ressources que sont les CIAP, qu'ils sont en mesure de mettre en place. Pour obtenir leur poste, les AAP passent un concours, organisé par les collectivités. Ce concours n'est pas cadré par l'État. Seul un « règlement-type de recrutement », que nous avons trouvé sur le site [vpah.culture.fr](http://www.vpah.culture.fr)⁷⁷ donne un minimum d'informations sur ce qu'une ville ou un pays labellisé peut attendre de son animateur. Pour passer ce concours, le pré-requis est relativement vague : il faut être titulaire d'un Bac+3 dans le domaine de l'histoire, l'histoire de l'art, l'architecture ou la médiation culturelle, ou détenir un grade d'attaché territorial, de conservation du patrimoine, ou encore avoir déjà été reçu au concours d'AAP. Et c'est peut-être là un début du problème que peuvent rencontrer les animateurs : il est difficile d'obtenir une reconnaissance nationale

⁷⁷ Ministère de la Culture. *Villes et Pays d'Art et d'Histoire, un label, un réseau* [en ligne]. Date de publication : 20 décembre 2008. Disponible sur : <http://www.vpah.culture.fr/label/label.htm> [Consultée le 18.04.2020]

pour un concours ouvert à tellement de monde, dont les résultats seront donnés par un jury composé d'élus et d'acteurs du patrimoine locaux.

Car un même intitulé de poste est loin de recouvrir les mêmes fonctions. Ainsi, comme nous l'avons vu à Angers, un animateur de l'architecture et du patrimoine peut être directeur de son service et chef d'établissement culturel. À l'inverse, d'autres AAP sont seuls à travailler à la valorisation du label VPAH. Certains peuvent même être soumis à une direction qui prend en charge une grande partie des fonctions normalement dévolues à l'animateur, comme à Dijon. D'autres peuvent aussi être dépendants d'une direction n'ayant que peu à voir avec le patrimoine et la culture, comme celle du Développement économique local à Plaine Commune.

Une obligation légale permet aux animateurs de rester au fait des évolutions de leur métier : c'est celle de leur donner accès à une formation continue régulière. Leur inscription à l'ANAAP et à son réseau les relie également les uns aux autres dans un système d'entraide assez fort, dont plusieurs animatrices nous ont parlé.

Nous l'avons largement vu, le métier d'animateur de l'architecture et du patrimoine est très riche, il comporte de nombreuses responsabilités et missions dont la principale est l'interprétation du patrimoine auprès du public. Pourtant, le nom d' « animateur » semble parfois péjoratif. Il peut faire penser à un autre métier de la fonction publique, celui d'animateur auprès des enfants dans les écoles, ou encore d'animateur de fêtes ou d'émission de radio ou de télé. Or, si ces métiers sont tous très importants, force est de constater que les responsabilités, le domaine et le niveau de formation sont loin d'être équivalents. Pour un AAP, une grande difficulté réside sur la comparaison faite entre son poste et celui d'un conservateur de musée, qui par sa dénomination porte une image de sérieux et plus scientifique. Ce problème de dénomination de métier est peut-être à l'origine de ce manque de reconnaissance dans certaines localités. Nous constatons que certains AAP trouvent la solution à ce problème par un autre nom de poste, à savoir celui de directeur ou responsable du service de l'Animation de l'architecture et du patrimoine de sa commune.

L'organigramme de la localité a là aussi une influence considérable sur le poste. Plus ou moins responsable de son service, plus ou moins impliqué dans les décisions importantes qui le concerne, plus ou moins au courant des domaines culturels et patrimoniaux de son territoire, l'animateur de l'architecture et du patrimoine est aussi complètement dépendant de la politique culturelle et patrimoniale de son territoire. Sans compter, bien entendu, des moyens financiers disponibles pour adapter son CIAP et le label au territoire... Le CIAP de Bordeaux sera ainsi très certainement mieux doté que le CIAP de Plaine Commune, pour qui le label et le patrimoine semblent ne pas avoir la même priorité que dans la cité portuaire.

Nous l'avons vu précédemment, les DRAC n'apportent pas toutes non-plus les mêmes moyens au label. Ce qui accentue encore l'écart entre les territoires labellisés et leurs animateurs... Cela devient un réel problème quand on sait que le ministère de la Culture délègue de plus en plus la gestion du label aux DRAC, comme nous l'avons vu précédemment.

Si le ministère souhaite conserver la valeur du label Villes et Pays d'Art et d'Histoire, il semble important qu'un cadre national existe. Voire qu'il soit renforcé pour offrir aux visiteurs, habitants et touristes, une unité d'ensemble des territoires labellisés...

6. Synthèse sur la politique des publics

6.1. Des points communs...

Pourtant basées dans des territoires très différents, les deux animatrices de Pontoise et Plaine Commune ont toutes les deux fait part de leurs difficultés à travailler si près de la capitale. Nous pensons que cela pouvait être un avantage, puisque les deux VPAH peuvent ainsi bénéficier de l'attractivité très forte de Paris et de l'Île-de-France, l'une des premières destinations touristiques au monde avec 48 millions de visiteurs en 2017. Mais il semble que ce soit l'effet contraire qui soit ressenti. Les touristes méconnaissent le patrimoine disponible aux portes de la capitale ou lui privilégient d'autres lieux connus à l'international, comme Provins, patrimoine mondial de l'UNESCO, et Disneyland. Paris phagocyte même les visiteurs locaux, les habitants, qui préfèrent prendre le métro et le train pour visiter la capitale que de découvrir leur propre patrimoine. Il est possible que ce problème soit ressenti aux abords d'autres métropoles, ce qui influe forcément sur l'approche des élus locaux sur la question de leur politique des publics.

La communication portée par le réseau des VPAH, au travers de ses publications, de son site, et de son réseau d'AAP apporte une dimension nationale que les animatrices de l'architecture et du patrimoine rencontrées utilisent beaucoup. Le forum d'entraide de l'AANAP est un maillon essentiel de ce réseau. Il leur permet d'avoir une visibilité aux yeux du ministère et de monter leur projet en se sentant moins seules, parfois, et soutenues par leurs collègues. Idem pour la charte graphique qui, si tout le monde ne l'utilise pas ou ne l'approuve avec le même engagement, reste un point de repère important à travers tout le pays. C'est un sujet qui peut même être sensible pour certains AAP, signe de son importance.

6.2. ...et des divergences

Les publics construits par les discours des élus et AAP locaux ne sont pas les mêmes partout, malgré une volonté marquée par le ministère de la Culture d'accentuer le travail des VPAH sur les publics locaux. Ainsi, Plaine Commune présente le label comme un accélérateur du développement touristique et économique de l'agglomération, comme nous le constatons d'ailleurs dans son organigramme. Et ce malgré le travail important réalisé par l'AAP auprès des habitants... Le public plus jeune, par contre, semble y être plus difficile à toucher qu'ailleurs. À Dijon aussi nous pouvons nous attendre à voir un public touristique important se rendre au CIAP, quand les portes de la Cité internationale de la gastronomie et du vin seront ouvertes.

Les services d'animations de l'architecture et du patrimoine peuvent être considérés comme des services des publics et de communication à part entière. Nous nous apercevons malgré tout que la connaissance de ces publics n'est souvent que très sommaire, et ne peut être approfondie qu'une fois le CIAP ouvert. Ils sont déterminés de façon superficielle par la convention du label VPAH, et ne font pas souvent l'objet d'une étude plus détaillée par les collectivités.

Il serait pourtant intéressant pour les CIAP de représenter ces publics et de s'en faire le porte-parole auprès des élus et décideurs politique. En soi, cela semble même fondamental : c'est ainsi qu'un équipement qui leur est dédié continuera de répondre à leurs attentes, régulièrement collectées et analysées.

Pourtant, les dossiers de candidatures au label VPAH portent déjà une première réflexion sur ces publics, qui seront ensuite construits plus ou moins différemment dans les discours des élus locaux. Si discours il y a ! L'absence de communication par les élus locaux à ce sujet peut même être un indice du peu d'intérêt qu'ils portent au CIAP comme au label. Une autre façon de communiquer dessus, en somme...

Les CIAP dépendent d'un organigramme et de moyens définis par les collectivités. Dans le même temps, les dispositifs de communication, déjà prédéfinis par la DRAC et le ministère de la Culture via la convention VPAH, sont utilisés pour donner de la visibilité au patrimoine que la collectivité souhaite mettre en avant, détaillé dans son dossier de candidature au label. La politique des publics se lit donc avant la construction du CIAP dans son organisation même. Elle se lit dans la façon dont les différents services de la collectivité peuvent travailler ensemble et dans ce qui est déjà mis en place sur le territoire pour les publics.

C'est donc dès la conception du projet que les animateurs de l'architecture et du patrimoine vont pouvoir déterminer sur quels services ils pourront s'appuyer pour toucher leurs publics.

En conclusion de cette partie, nous en venons à nous demander si la communication, imposée pour partie par le label, n'arrive pas avant une définition claire de la stratégie locale des publics. Il semble que l'implication de certains animateurs de l'architecture et du patrimoine dans leur projet de CIAP modifie pour partie également la communication prévue pour leur lieu. Nous le constatons à Pontoise avec l'obtention de prix grâce à la ténacité d'un membre de l'équipe de Pauline Prévot et au goût de l'AAP pour les nouvelles technologies... Ainsi, la politique des publics se trouve modifiée aux yeux des élus, qui en prennent la responsabilité (bien agréable, dans ce cas), aux yeux des journalistes et de leurs lecteurs.

Nous constatons aussi le manque de réflexions poussées sur la question des publics avant l'ouverture de la plupart des CIAP. Nous remarquons que des éléments de communication existent dans le réseau VPAH, déjà chartés et utilisés partout en France, tandis que les publics sont limités aux trois essentiels, les habitants, les touristes et les jeunes. Nous relevons également, dans certains VPAH, l'intervention des élus locaux dans la presse locale, régionale voire nationale annonçant l'ouverture prochaine de leur CIAP... Toutes ces observations nous invitent à valider notre hypothèse de départ, qui est que la politique des publics des CIAP semble souvent précédée, voire minorée lors son élaboration comme dans sa mise en œuvre par la politique de communication, dans la fabrique du récit du lieu et de ses publics, pour des raisons tant organisationnelles et stratégiques que professionnelles.

Nous y mettons toutefois un bémol : les collectivités locales ne gèrent pas toutes la question des publics, du patrimoine local et de leur label VPAH de la même façon. De très grandes disparités existant d'un territoire à l'autre ; nous pensons donc très probable que cette hypothèse ne puisse s'appliquer dans toutes les Villes et Pays d'Art et d'Histoire.

Partie 3 - Des CIAP en devenir - Le cas du Repaire Urbain, nouveau lieu culturel angevin

Notre troisième et dernière hypothèse se concentre particulièrement sur le CIAP d'Angers : **si l'approche communicationnelle répond à l'impératif d'identification et d'attractivité des CIAP pour remplir leur mission de sensibilisation, d'information et de formation de tous les publics à leur territoire, il semble que celui d'Angers, localisé au sein d'un pôle culturel regroupant plusieurs entités patrimoniales de la métropole, ne se démarque pas clairement aux yeux des visiteurs potentiels et effectifs, et qu'il n'a pas encore véritablement défini et déployé de dispositifs de médiation, de veille et d'évaluation visible, lisibles et partagés.**

Dans cette partie nous souhaitons analyser un CIAP ouvert en février 2020 au cœur du centre-ville historique d'Angers. Ce centre d'interprétation est surtout intéressant par sa création très récente : elle a permis de soulever de nombreuses questions sur l'approche communicationnelle des CIAP en émergence et sur leur approche des publics.

Après plus de trente ans de labellisation, le CIAP d'Angers a été créé au RU - Repaire Urbain, nouvel espace culturel regroupant trois services majeurs du patrimoine angevin. Ce nouveau pôle est lui-même situé dans un cadre idéal, entouré d'institutions culturelles de premier ordre. Nous allons voir que ce projet a rencontré une contrainte absolument impossible à prévoir qui a bouleversé sa gestion de la communication et des publics : une pandémie mondiale.

Petit rappel avant de commencer : les données, qualités et défauts relevés sur ce projet de CIAP ne peuvent être pris sans mesure. N'ayant pas eu accès à l'ensemble des documents produits lors de la phase de projet ni rencontrés tous ses acteurs, nous n'avons pu analyser que ce qui nous était accessible...

1. Angers, Ville d'Art et d'Histoire

1.1. Le développement patrimonial et culturel d'Angers : une dynamique à l'œuvre pour une notoriété internationale

Cette ville universitaire, animée et verte est riche d'un patrimoine bâti très important, allant du château des comtes d'Anjou, siège des Plantagenêt, aux maisons à pans de bois. Elle porte une histoire multimillénaire qui se lit dans les fondations de la ville, dont une partie est visible au sein même de son château et dans ses alentours.

Considérée comme la porte de la Vallée de la Loire, inscrite au Patrimoine mondial de l'Unesco, elle a été fondée par les celtes, dont les traces sont encore visibles aujourd'hui. Mais ses premiers occupants sont bien plus anciens : la plus ancienne trace d'occupation humaine date de 400.000 av. JC.

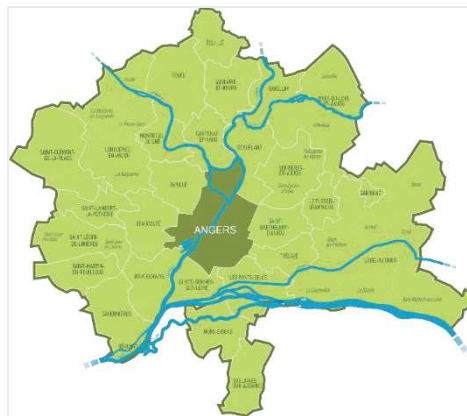
Son célèbre château, géré par le CMN (Centre des Monuments Nationaux), fait partie de ces fameux châteaux de la Loire qui attirent plusieurs millions de visiteurs chaque année. Ses rayures reconnaissables entre mille, blanches et noires, illustrent la particularité minéralogique de son territoire, à la frontière géologique entre le bassin parisien et le massif armoricain, entre tuffeau et schiste ardoisier.

Angers s'est bâtie en surplomb de la rivière de la Maine. Aujourd'hui habitée par un peu plus de 156.000 personnes, c'est la préfecture du Maine-et-Loire, département des Pays de la Loire, et la ville la plus importante d'Angers Loire Métropole. Cette communauté de commune regroupe vingt-neuf municipalités et 290.000 habitants.

Son économie très diversifiée est marquée par la filière historique du végétal et plus spécifiquement de l'horticulture, dont elle est le premier bassin en France, mais aussi par le numérique et par une industrie électronique innovante. Cette spécificité lui vaut un autre label, celui de la French Tech, ainsi que des filières académiques dédiées. Notons également dans les filières les plus actives en ce moment celles de la biotechnologie et de la métallurgie, facilitées par le carrefour logistique qu'est la capitale angevine.

Car Angers, qui n'est qu'à 1h30 de Paris et à 45 minutes de Nantes en TGV, se trouve en bordure de l'A11, reliant ainsi par la route la capitale et la préfecture des Pays de la Loire. Elle possède un aéroport, et se trouve à un carrefour de voies d'eau, entre la confluence de la Maine et de la Loire d'un côté, et de l'autre celle de la Mayenne, de la Sarthe et du Loir, qui se jettent dans la Maine. Cette situation géographique rapproche la ville de la côte et des ports de Nantes et Saint-Nazaire. Dans la ville, les nombreux bus et tram sont privilégiés par les habitants, qui évitent de plus en plus les déplacements en voiture dans le centre-ville. Voies piétonnes et pistes cyclables permettent de se déplacer agréablement dans le centre mais aussi en périphérie, jusqu'à l'extérieur de la métropole.

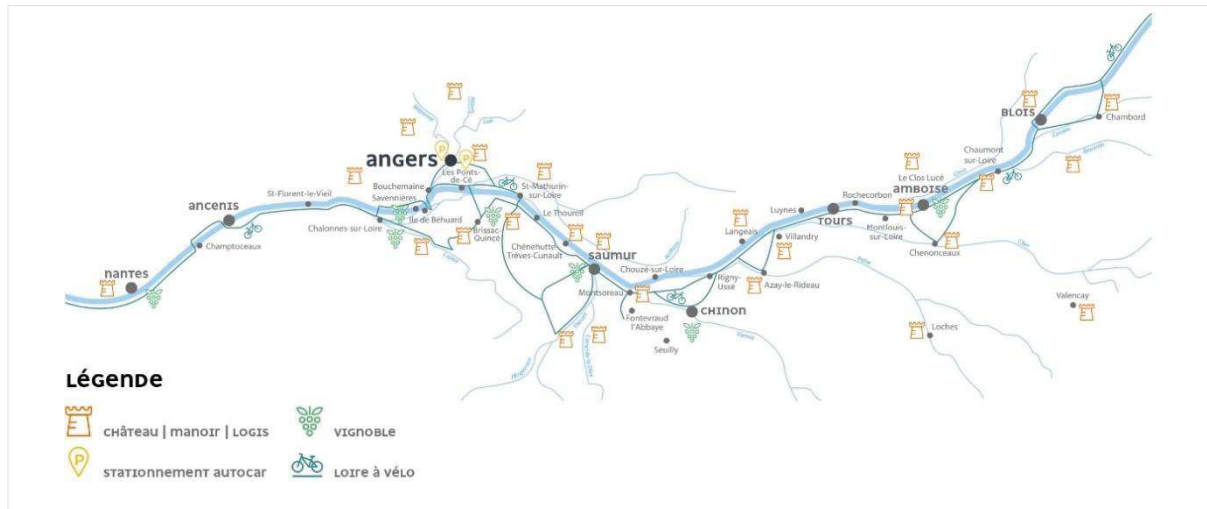
Celle qu'on appelait déjà au XIX^e siècle l'Athènes de l'Ouest compte 42.000 étudiants, répartis sur deux universités reconnues à l'international, l'Université d'Angers et l'Université Catholique de l'Ouest, et sur de nombreuses autres écoles supérieures. C'est un indicateur important car



Carte de la communauté de commune d'Angers Loire Métropole.
© Angers Loire Métropole

beaucoup d'aménagements sont réalisés pour les étudiants, qui représentent 14,5 % du nombre d'habitants dans la métropole. Cette tranche de la population est un public potentiel important pour le CIAP.

Toute la région est réputée pour son climat, à l'origine de son activité horticole et viticole. Célébrée par Joachim du Bellay, la *douceur angevine* a connu de nombreux grands personnages de l'Histoire et des arts, dont la dynastie des Plantagenêts, les comtes d'Anjou Foulques Nera et le roi René, le sculpteur David d'Angers.



Angers et la Vallée de la Loire – Carte touristique. © Destination Angers 2020

Plus récemment, c'est Jean Lurçat, l'artiste et membre de l'Institut de France à l'Académie des beaux-arts, qui a contribué à sa notoriété. L'académicien est à l'origine du Musée Jean Lurçat et de la tapisserie contemporaine, où est exposée sa tapisserie du *Chant du Monde*.

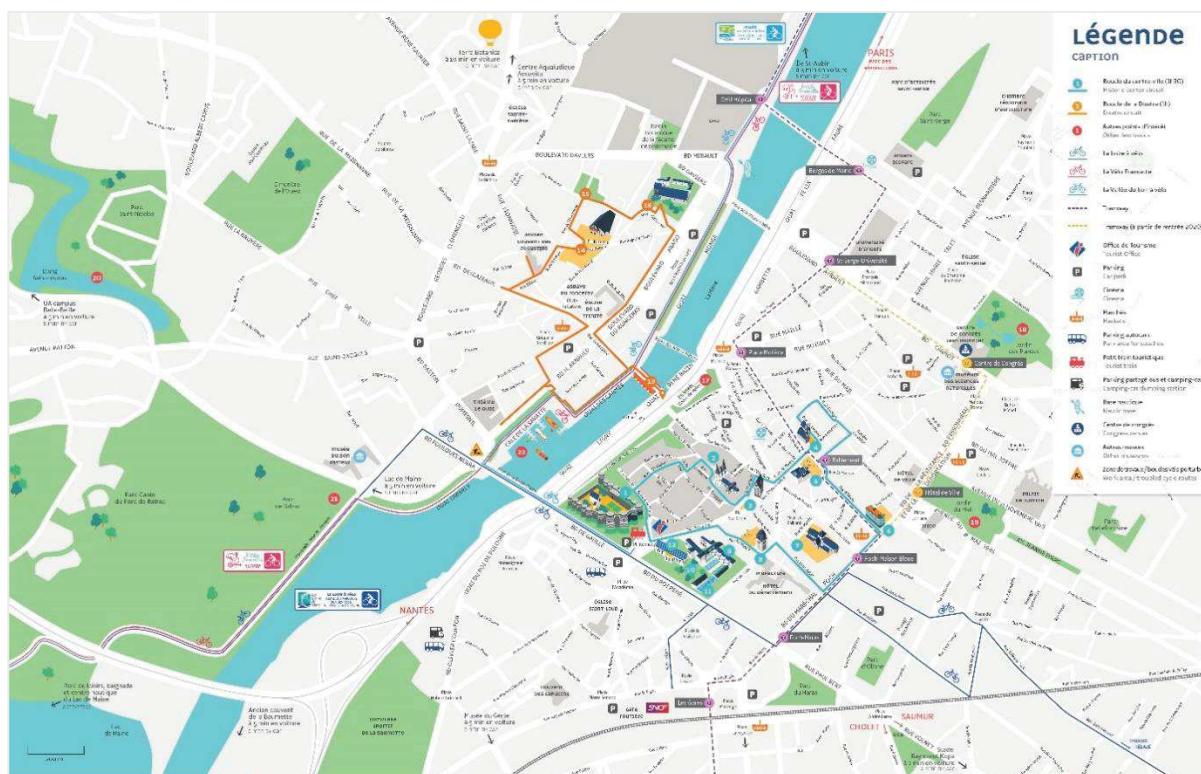
Cette création est une réinterprétation de *la Tapisserie de l'Apocalypse*, la plus ancienne au monde. Véritable trésor patrimonial, elle est conservée au cœur du château d'Angers. Ce chef d'œuvre fait aujourd'hui l'objet d'une candidature au registre « Mémoire du Monde » de l'UNESCO, portée par la ville, la DRAC et le Centre des Monuments nationaux. Couplée à la tapisserie de Jean Lurçat, elle explique le travail important réalisé par Angers Patrimoines autour de la tapisserie contemporaine et le soutien qu'elle apporte à ses artistes liciers.

Le château et sa tapisserie sont loin d'être les seuls attraits d'Angers : en 2020, l'inventaire du patrimoine y compte cent lieux classés monuments historiques.

Ses monuments et musées sont nombreux et proposent beaucoup d'expositions et d'animations diverses - parmi eux le remarquable Musée des beaux-arts, le château d'Angers, le Muséum des sciences naturelles ou encore la Galerie David d'Angers -. Son architecture et

les quartiers d'Angers, tout comme l'histoire des personnes qui les ont habités et y ont travaillé lui apportent eux aussi une richesse patrimoniale forte, tant matérielle qu'immatérielle.

Le centre-ville s'est développé depuis les Gallo-Romains autour de l'actuel château. Il n'a rien à envier au très pittoresque quartier de la Doutre, dans l'Outre-Maine, sur la rive ouest opposée au château. Maisons à pans de bois, hôtels particuliers, patrimoine religieux et habitations en tuffeaux, mais aussi espaces verts et botaniques nourrissent l'image qu'on garde de la ville.



Centre-ville d'Angers – Carte touristique. © Destination Angers 2020

Les arts vivants sont également un élément majeur de l'attrait d'Angers. Tandis que son Grand Théâtre et son Zénith accueillent des spectacles d'envergure nationale et internationale, des festivals très attendus comme le Festival les Accroche-Cœurs (250.000 participants en 2018⁷⁸) font régulièrement battre le cœur de la ville. De nombreuses autres scènes permettent aux artistes de se représenter et d'animer la cité angevine.

En plus de ces scènes, son enseignement supérieur dans les arts vivants, et notamment en musicologie, concourt à sa réputation de ville animée et culturellement passionnante.

Cette activité culturelle et artistique de la ville participe au développement touristique d'Angers. En 2018, son château était le 10^e site le plus visité de France, parmi les monuments nationaux,

⁷⁸ Destination Angers. *Bilan de l'activité touristique 2018*. Angers : Destination Angers, 2019. 15 pages. Page 13.

avec 219.500 visiteurs⁷⁹. Sur 17 sites patrimoniaux d'Angers Loire Métropole, la fréquentation avait augmenté de 7,2 % par rapport à l'année précédente, avec 898.324 visiteurs, issus en grande partie des régions des Pays de la Loire et de Bretagne⁸⁰.

Angers bénéficie de l'image d'une ville dynamique, jeune, notamment grâce à ses écoles supérieures et ses universités. C'est une ville verte, du fait de ses nombreux espaces verts et par sa spécialité horticole.

C'est une ville où il fait bon vivre, qui a la chance de ne pas être seule au milieu d'un désert patrimonial et environnemental. Les châteaux de la Loire, bien entendu, attirent la plus grande partie des touristes, tout comme la côte ou le Puy-du-Fou, à moins de 100 km. Mais l'attractivité de l'Anjou ne se limitent pas à ces lieux mondialement célèbres. Ce sont tous ses paysages et les mille autres sites patrimoniaux des environs, plus ou moins bien connus, qui rendent cette ville encore plus attrayante.

L'Anjou et sa capitale sont réputées par leur patrimoine, donc, et par leur art de vivre. L'un de ses meilleurs ambassadeurs est sa gastronomie vivante et simple. Parmi ses spécialités culinaires, relevons les quernons d'ardoise, le crémet d'Anjou, ou encore la galipette qui se marient avec bonheur aux vins d'Anjou, au Cointreau ou à la Menthe pastille. Ces alcools angevins apportent la ville et la région sur un plateau dans le monde entier. D'autres spécialités, comme les fouaces, se dégustent sur place, de préférence dans les villages troglodytes de la région. Spectacles et saveurs y sont garantis, et font venir et revenir les touristes, charmés par ces traditions gastronomiques ancestrales⁸¹ !

L'architecture angevine, représentée notamment par ses nombreuses habitations à pans de bois, est aussi marquée par un style architectural spécifique, le gothique angevin. Ce style, également appelé gothique Plantagenêt ou gothique de l'Ouest, est encore visible dans plusieurs sites de la ville dont l'ancien hôpital Saint-Jean, au cœur du musée Jean Lurçat, ainsi que dans la cathédrale Saint-Maurice et dans la chapelle du château, construite auprès du logis royal. Promu par les Plantagenêts, on le retrouve dans d'autres régions, de la Bretagne à la Gascogne. Il se trouve même des bâtiments construits en gothique Plantagenêt en Sicile et à Naples, dans les anciens royaumes angevins.

⁷⁹ Ministère de la Culture, Département des études, de la prospective et des statistiques. *Chiffres clés 2019 – Statistiques de la culture et de la communication*. Paris : Les presses de Sciences Po/Ministère de la Culture – Département des études, de la prospective et des statistiques, Mai 2019. Page 156.

⁸⁰ Op. cit. p.66 : pages 7 et 9.

⁸¹ Inutile d'insister, vous l'aurez compris : l'observation participante y a été l'un des meilleurs moments de cette recherche...

1.2. Une politique patrimoniale aux conséquences sociales durables

Pour autant, le visage qu'offre aujourd'hui la ville d'Angers à ses visiteurs et ses usagers est le résultat de plusieurs décennies de décisions urbanistiques majeures. Ces décisions n'ont pas toutes été appliquées sans douleur, loin s'en faut... Ainsi, l'hypercentre historique, le quai de Ligny et le quartier de la Doutre, pour ne citer qu'eux, ont été peu à peu vidés de leur population la plus pauvre et ouvrière. Ils ont laissé place à des espaces verts, à des boulevards et des bâtiments plus récents. Certains pâtés de maison ou bâtiments caractéristiques de la vie angevine, intégralement rasés parfois contre l'avis même de l'ABF⁸², ne permettent plus de se rendre compte du patrimoine industriel de la ville, peu à peu rayé du paysage.

Avec le quartier de la Doutre, l'un des plus beaux exemples de ce « nettoyage » de la ville est sans doute celui du quai de Ligny situé au pied du château, entre le promontoire rocheux et la Maine. Autrefois ce quartier très modeste était constitué de nombreux bâtiments insalubres... Plutôt que de le réhabiliter, la municipalité, dans les années 70, décida d'évacuer la population et de raser intégralement ce quartier. Ainsi, une promenade agréable et une voie rapide sur les berges purent être implantées. Le château est maintenant valorisé, tout comme les habitations plus cossues, situées en haut de la falaise.

Très longtemps étiquetée à droite ou au centre-droit, la stratégie de la municipalité a fait la part belle au patrimoine historique des lieux de pouvoirs, dans la tradition patrimoniale de son époque. Avec la disparition des usines à textiles et des artisanats en grande partie installés dans la Doutre et en bord de Maine, c'est ainsi tout un pan du patrimoine vivant qui a disparu.

Les établissements Bessonneau en sont un bon exemple. Autrefois, cette usine de filature, corderie et tissage était l'un des fleurons de l'industrie angevine. En regroupant toutes les manufactures de chanvres d'Angers, en 1901, Julien Bessonneau en avait fait une entreprise de premier ordre, la plus grande de la région. Nombreux sont les angevins qui se souviennent encore de ses entrepôts. Situés en périphérie de la ville, ils étaient typiques de cette industrie textile du début du vingtième siècle. Mais l'usine fut l'une des victimes de la fibre synthétique et dû fermer ses portes en 1966. Ses entrepôts, rasés à la toute fin des années 60, laissèrent la place au centre commercial Trigano 49, connu depuis sous le nom d'Espace Anjou.

Aujourd'hui, vous ne trouverez plus aucune trace de cette usine, ni de l'activité dense qui y régnait. Et c'est ainsi pour toutes les industries et une bonne partie des artisanats locaux : ils ont soit disparu de la cité angevine, soit déménagé plus loin dans les terres, voire dans d'autres territoires que l'Anjou.

⁸² Verschambre Vincent. Une mémoire urbaine socialement sélective : Réflexions à partir de l'exemple d'Angers. *Les Annales de la recherche urbaine : Ce qui demeure*, n°92, 2002. Pages 65 à 73

Nous sommes parfois nostalgique de ce patrimoine et pensons à toutes ces populations repoussées, hébergées dans les nouveaux quartiers de Belle-Beille, de la Roseraie et d'autres en périphérie. Ces quartiers se sont d'ailleurs développés sur des terrains autrefois dédiés à l'activité horticole, elle aussi désormais absente du cœur de la ville. Mais s'il s'agit de ne pas les oublier, nous ne pouvons que constater combien ces quartiers de la Doutre et du centre-ville historique ont gagné en attractivité depuis l'après-guerre...

En effet, pendant longtemps Angers a été une ville dortoir, très (trop ?) calme. C'est aujourd'hui une ville dynamique, à la réputation de ville agréable et animée, et à la notoriété culturelle et patrimoniale forte. C'est le résultat de plusieurs décennies de parti-pris et de décisions drastiques, parfois très douloureuses, que Vincent Verschambre a largement rappelé dans son article.⁸³

C'est tout le travail d'Angers Patrimoines de rappeler cette histoire, et de donner les informations nécessaires aux publics pour comprendre comment la ville s'est construite. Car si le patrimoine est un héritage, il l'est aussi par les actions et décisions qui l'ont amené jusqu'à nous.

2. Le centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine d'Angers

2.1. Genèse du projet de CIAP

Angers est l'une des premières villes de France à avoir signé la convention du label Ville d'Art et d'Histoire un an après sa création, en 1986.

Depuis cette date, de nombreuses actions ont été menées par le SEVAH, le Service Éducatif d'Angers Ville d'Art et d'Histoire, renommé il y a peu « Angers Patrimoines ». Beaucoup d'activités auprès des scolaires et de visites guidées et animations ont été organisées dans la ville. En cela, la formation des guides-conférenciers de l'office du tourisme par sa responsable, Stéphanie Vitard-Gibiat, est essentielle... Un soutien technique et communicationnel est aussi apporté à des artistes locaux, notamment grâce aux métiers à tisser qu'il conserve dans ses locaux, dont un remarquable métier originaire d'Aubusson. En ce qui concerne la communication, la publication de brochures VPAH et de livres destinés à des publics allant des simples curieux aux chercheurs en patrimoine et urbanisme sont pléthoriques...

⁸³ Op. cite p. 30.

La médiation culturelle n'est pas la seule activité du service, qui travaille aussi à la préservation et à la sauvegarde du patrimoine local. Elle compte dans son équipe un pôle de chercheurs travaillant sur l'urbanisme et l'inventaire du patrimoine de la ville.

Le CIAP qui ouvre cette année à Angers est à la fois le résultat et le nouvel élan de plus de trente ans de travail. Dès sa création, la localisation d'Angers Patrimoines a permis de répondre à des enjeux du label VPAH et de la municipalité. Parmi ceux-là, celui de la démocratisation culturelle explique que la ville ait décidé d'abriter les bureaux d'Angers Patrimoines au sein de l'établissement scolaire Marcel Pagnol pendant de nombreuses années.

Cette école élémentaire est localisée à la Roseraie, dans un quartier éloigné du centre d'Angers, au sud de la ville. Réputée difficile, c'est une zone résidentielle constituée de nombreux HLM où les difficultés sociales sont nombreuses. Et c'est pour cela qu'elle a été choisie pour accueillir le SEVAH, à son origine : l'idée de la mairie était de faire de ce quartier un pôle d'excellence et de travailler dans le sens de la démocratisation culturelle prônée par le ministère de la Culture depuis Malraux.

Mais cet emplacement posait un vrai problème à Angers Patrimoines qui ne pouvait proposer aux élèves d'Angers et de sa métropole un accès simple et égalitaire à ses animations. Les transports desservant relativement mal ce coin de la ville, les écoles situées dans d'autres quartiers ne pouvaient s'y rendre facilement. Sans compter que depuis quelques années la Roseraie se repeuple ; l'école Marcel Pagnol commençait à manquer de place et avait besoin d'espace pour accueillir ses nouveaux élèves.

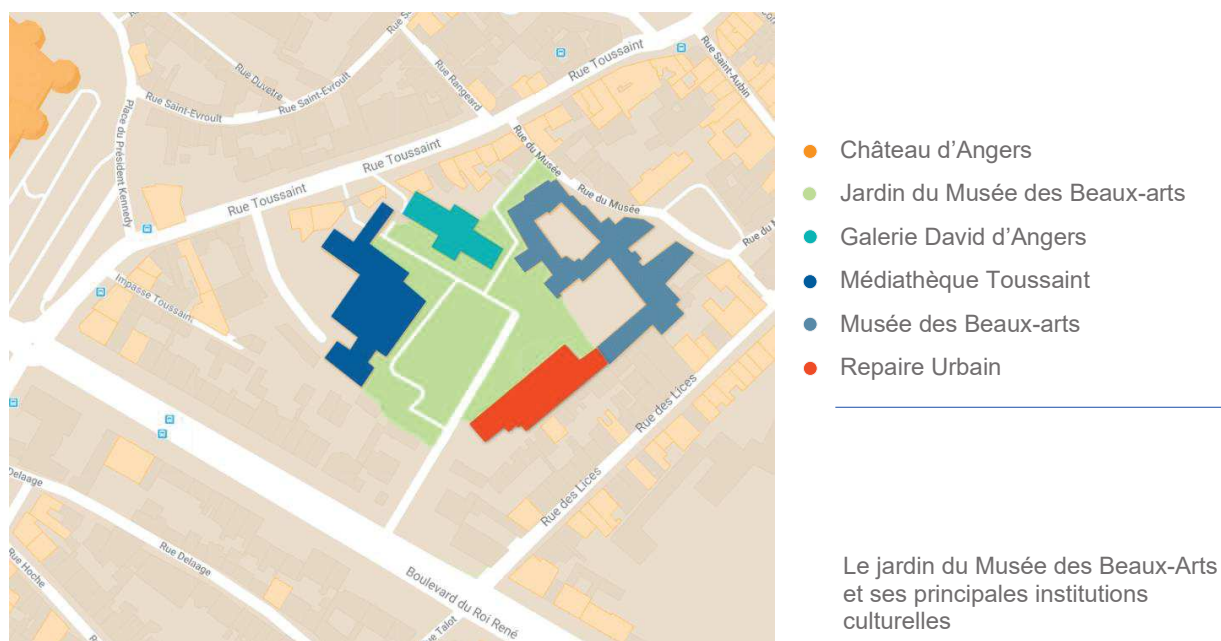
Et le projet de CIAP vit le jour...

Le 27 février 2014, le maire d'Angers, M. Frédéric Béatse signait le renouvellement du label VPAH avec le préfet du Maine-et-Loire auprès de la DRAC. Or depuis les années 80 la convention a évolué et la création des CIAP est devenue obligatoire. Un mois plus tard, M. Béatse quittait la mairie au profit de son successeur nouvellement élu, M. Christophe Béchu. Élu UMP, puis Les Républicains, passé depuis 2017 à LaREM, ancien conseiller général du Maine-et-Loire, conseiller régional des Pays de la Loire, député européen, avant de devenir sénateur de 2011 à 2017, M. Béchu est un homme politique impliqué depuis de nombreuses années dans la région.

Selon Stéphanie Vitard-Gibat, l'animatrice de l'architecture et du patrimoine d'Angers, dès le début de son mandat le nouveau maire fit une priorité de ce CIAP, à laquelle la précédente

municipalité s'était engagée⁸⁴. Mais la question de sa nouvelle localisation était encore épineuse...

Fin 2017, le rachat de l'ancien restaurant universitaire de l'École des beaux-arts par la mairie offre l'occasion de régler le problème de place de plusieurs équipements de la ville - l'artothèque, les archives patrimoniales et Angers Patrimoines -. Cela permet de les regrouper en un nouveau pôle culturel et de créer le CIAP. Tout cela dans l'hypercentre d'Angers, au cœur d'un site historique et culturel très fort. Comme le dit Mme Vitard-Gibat, il aura fallu le temps d'un mandat pour faire de ce projet une réalité...



2.2. Le CIAP : un lieu adapté aux besoins d'un service pluriel

Le service Angers Patrimoines dépend de la direction Cultures, Patrimoines et Créations spécifique à la ville d'Angers. Cette direction est liée à la direction générale adjointe « Éducation, culture, jeunesse et sport » de la communauté de commune Angers Loire Métropole.

Angers Patrimoines regroupe une équipe d'une quinzaine de personnes, dirigée par l'animatrice de l'architecture et du patrimoine, Stéphanie Vitard-Gibat, assistée de deux personnes. Le service est réparti en trois pôles : le secteur administratif et financier (quatre personnes), celui de la médiation (cinq personnes) et un troisième constitué de trois chercheurs, qui travaillent entre autres à l'inventaire du patrimoine de la ville.

⁸⁴ Voir annexe III, page 113.

Ces trois secteurs permettent la mise en place de nombreux ateliers, animations et visites guidées. Leurs publics, constitués en grande partie d'enfants, comptent également des habitants et visiteurs. En parallèle de ce travail de médiation, Angers Patrimoines assure une mission scientifique : ses travaux de recherche éclairent les différents services de la ville sur toutes les questions patrimoniales. Par cet aspect de son travail il réalise l'un de ses objectifs, la préservation et la sauvegarde du patrimoine local.

Le nouveau CIAP apporte plus d'espace et facilite le contact avec ses publics. Son intégration au sein de l'ancien restaurant universitaire de l'École des beaux-arts l'accolé aux autres services culturels regroupés ici. À son ouverture en février 2020, c'est sa propre directrice, Mme Vitard-Gibiat, qui en est la cheffe d'établissement. Cet emménagement le rapproche aussi d'autres institutions culturelles majeures de la ville, dont le musée des Beaux-arts, la médiathèque Toussaint et la Galerie David d'Angers, toutes voisines et réunies autour du jardin des Beaux-arts. Sans compter le château d'Angers, situé à moins de 500 mètres.



RU - Repaire Urbain : Rez-de-chaussée © Scheubel & Genty Architectes/Angers Patrimoines

Ouvert le 12 février 2020, l'ancien resto U transformé en pôle culturel prend le nom de RU - Repaire Urbain. Le service Angers Patrimoines y tient une place notable sur une surface utile de 899m², dont la plus grande partie se trouve au rez-de-chaussée. Deux bureaux réservés aux chercheurs situés à l'étage permettent un accès rapide aux archives patrimoniales.

Grâce au Projet culturel et scientifique fourni par Mme Vitard-Gibiat, nous avons pu comparer les surfaces utiles du CIAP avec celles préconisées par le ministère de la Culture, et ainsi nous rendre compte de la place importante proposée à Angers pour son service du patrimoine. Nous vous proposons d'en voir le résultat par ce tableau de synthèse.

	Préconisations du ministère de la Culture	CIAP d'Angers
Espaces ouverts au public	310 m²	592 m²
Accueil, exposition permanente et exposition temporaire	200 m ²	266 m ²
Information et documentation	30 m ²	112 m ²
Salle de réunion / conférence	30 m ²	47 m ²
Ateliers pédagogiques	40 m ²	167 m ²
Sanitaires	10 m ²	- ⁸⁵
Espaces privés	40 m²	307 m²
Bureaux	20 m ²	201 m ²
Stockage (ateliers SEVAH + archives)	10 m ²	17 m ²
Local Technique (buanderie atelier + réserve/inventaire)	10 m ²	34 m ²
Circulation et dégagements	-	55 m ²
Total	350 m²	899 m²

Le CIAP est en mesure d'accueillir 99 personnes à la fois sur ses espaces d'exposition. Hors période pandémique, bien sûr : à l'heure où nous écrivons, la jauge a été revue à la baisse pour quelques mois, comme dans tous les lieux recevant du public.

2.3. Le Repaire Urbain, un nouveau pôle culturel au cœur de la ville.

Le CIAP, indissociable du RU - Repaire Urbain dans le discours institutionnel, porte un message rôdé, lu dans le procès-verbal du conseil municipal, lors de la présentation du projet de pôle culturel par l'adjoint à la Culture et au Patrimoine Alain Fouquet⁸⁶, dans le discours du

⁸⁵ Notons ici que les sanitaires ne sont pas comptabilisés sur la surface du CIAP : ils sont bien présents sur le plan, mais sont à dispositions de l'ensemble des usagers du Repaire Urbain, et sont donc certainement comptabilisés dans les parties communes.

⁸⁶ Ville d'Angers. *Procès-verbal du conseil municipal du 29 octobre 2018* [en ligne].

Date de publication : inconnue. Disponible sur :

http://www.angers.fr/fileadmin/plugin/tx_listconseil/52970_conseil_municipale_pv_du_29_10_2018.pdf [Consultée le 26 juillet 2019]

maire Christophe Béchu dans la presse locale⁸⁷ et dans celui de Mme Vitard-Gibiat lors de notre entretien. Pour eux, l'objectif du CIAP et du RU - Repaire Urbain est la valorisation du patrimoine et de la création artistique à Angers, ville dynamique culturellement, à l'identité forte et en forte évolution.

Nous avons noté durant notre entretien que Mme Vitard-Gibiat voit le caractère très discret de l'ancien restaurant de l'École des Beaux-arts, typique de l'époque dite « de la Reconstruction » comme une qualité, la preuve qu'il a su se glisser dans le jardin des Beaux-arts sans en dénaturer l'ensemble très riche.

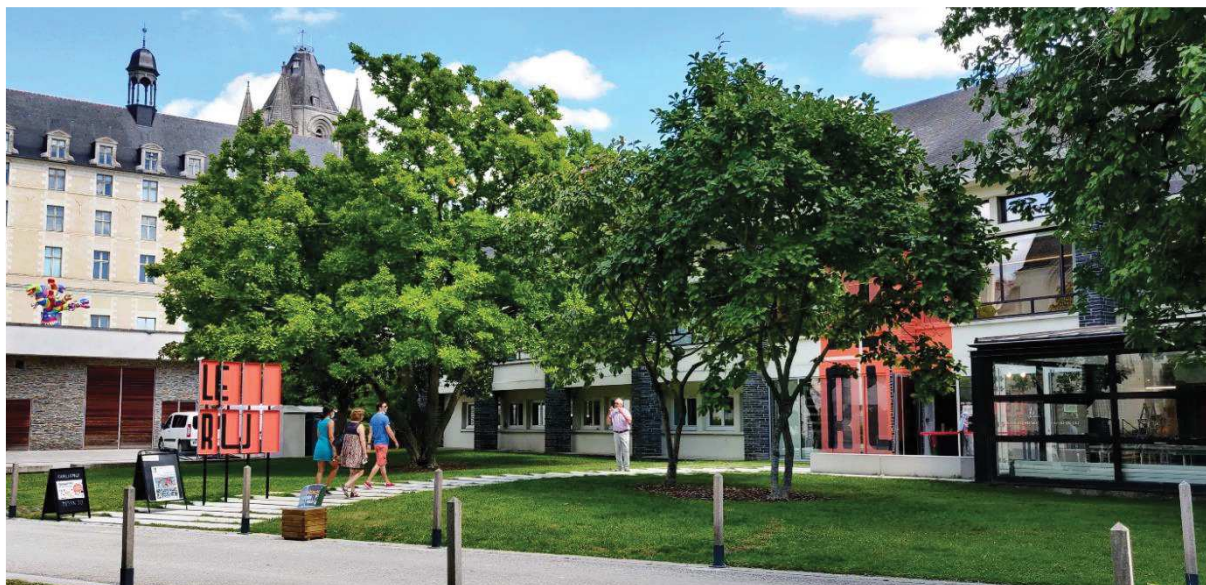


L'ancien restaurant universitaire de l'École des beaux-arts en travaux. Cliché réalisé en septembre 2019.

De notre point de vue, cette discrétion risquait surtout d'être un problème, car difficilement visible il risquait de passer à côté de son public. La mise en valeur du lieu nous a rassuré : une vitrophanie rouge couvrant le rez-de-chaussée et le premier étage du bâtiment, couplé avec un panneau de la même couleur devant son allée, permet de le repérer rapidement dans le paysage, malgré une végétation relativement dense. Lors de notre visite, nous avons pu repérer immédiatement son entrée quel que soit notre position dans le jardin. Même derrière des bosquets d'arbres ! Nous nous demandons comment vieilliront le panneau et la vitrophanie dans le temps, mais pour le moment c'est très efficace.

Encore faut-il savoir ce qu'est ce RU ! Nous verrons bientôt que la curiosité est un trait de caractère qui n'est pas partagé également par tous, et combien ça peut poser problème au Repaire Urbain.

⁸⁷ My Angers Info. *Un nouveau lieu culturel émergera dans l'ancien RU des Beaux-arts à Angers en 2020* [en ligne]. Date de publication : 15 mai 2018. Disponible sur : <https://www.my-angers.info/05/15/un-nouveau-lieu-culturel-emergera-dans-lancien-ru-des-beaux-arts-a-angers-en-2020/71825> [Consultée le 24 janvier 2020]



Le RU – Repaire Urbain vu du jardin du Musée des Beaux-arts. Cliché réalisé le 24 juillet 2020.

La question de la différenciation du CIAP, ou du service Angers Patrimoines avec les autres équipements culturels réunis au RU - Repaire Urbain a été posée à Mme Vitard-Gibiat, en septembre 2019. Elle nous a alors expliqué qu'il était important pour elle de conserver une identité propre à chaque service, tout en apportant une unité aux yeux du public. Elle travaillait sur cette question avec le directeur de la communication de la ville, M. François Lemoulant. Notre visite, fin juillet 2020, nous a permis de voir ce qu'il avait été décidé.

Une signalétique indique dès l'entrée, au dos du personnel d'accueil, les différents services regroupés dans ce lieu⁸⁸. On repère ainsi que le service Angers Patrimoine et le CIAP sont dissociés, mais qu'ils sont indiqués en première place et présentent le même logo.

À l'inverse, deux escaliers très clairement signalés par des couleurs murales très vives, comportent une signalétique rappelant celle du panneau à l'accueil. Le choix de l'inox pour ces panneaux n'est pas anodin : il doit rappeler la fonction précédente du lieu, tout comme le carrelage au sol et sur certains murs. Idem pour l'aspect dépouillé du plafond et de certains piliers...

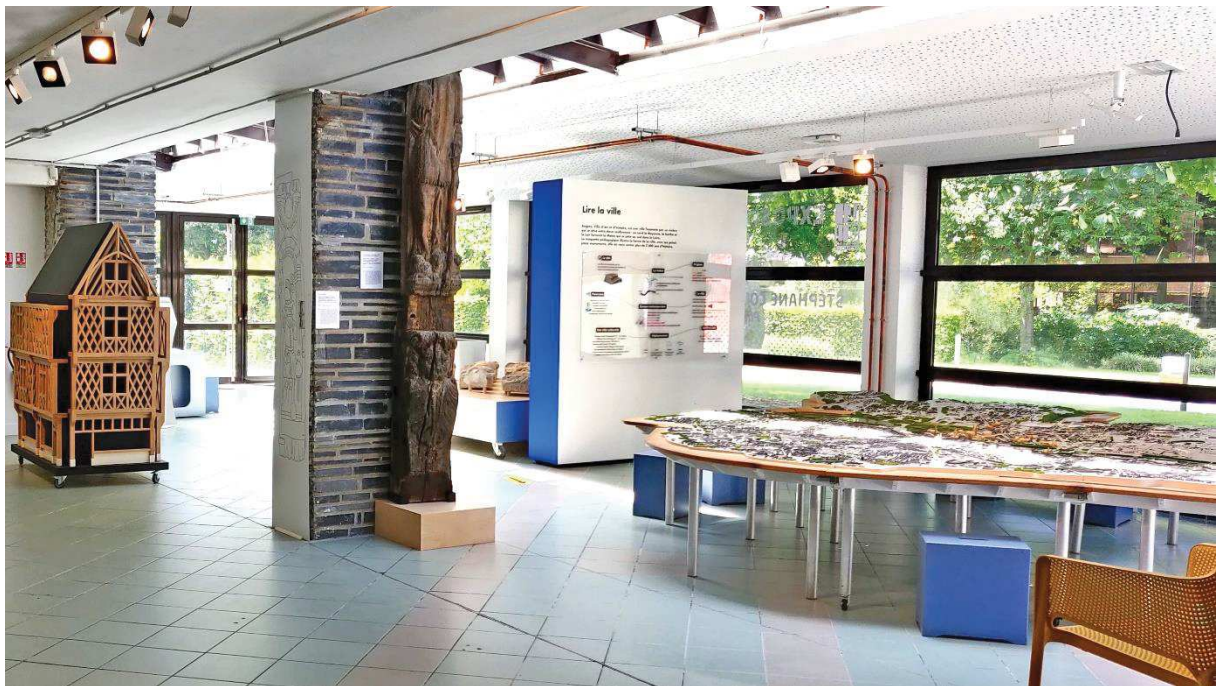
Nous avons cru comprendre que chaque couleur murale représentait un service différent. Ainsi, les archives patrimoniales seraient signalées en jaune, l'artothèque en orange et l'ensemble Angers Patrimoines/CIAP en bleu. Ce bleu qui est repris sur les brochures, facilement distribuées dès l'entrée...

⁸⁸ Voir annexe IX – Le RU – Repaire Urbain et sa communication en images : Signalétique des services

Quant à l'aspect brut, industriel qu'on retrouve dans chaque espace, il n'est pas sans rappeler le Palais de Tokyo, à Paris, dans une plus petite mesure.

En rentrant dans le local, il n'est pas évident de deviner qu'on se trouve déjà au cœur du CIAP. En revanche il est clair qu'on rentre dans un espace d'exposition.

L'accueil, situé tout de suite à gauche de l'entrée, était tenu lors de notre passage par deux personnes très sympathiques. Nous ne sommes pas passée en mode « cliente-mystère » : nous avons rendez-vous avec Mme Vitard-Gibat et leur avons dit rapidement. Nous n'avons donc pas pu nous mettre à la place d'un touriste lambda... Nous ne savons pas, par exemple, si des questions sont posées pour définir les publics effectifs, comme le code postal des visiteurs par exemple. Par contre, les brochures sont fournies dès notre entrée dans le lieu. Et toute question trouve une réponse, avec le sourire : il est très agréable d'être accueillie ainsi !



Le CIAP d'Angers – Vue depuis l'accueil, au rez-de-chaussée. Cliché réalisé le 24 juillet 2020.

À l'extérieur du CIAP, la signalétique n'est pas encore évidente. Nous n'avons pas trouvé de panneau indiquant le Repaire Urbain, par exemple, ou l'existence d'un CIAP. Il est possible que nous soyons passée à côté, ou que les nouveaux panneaux n'aient pas encore été posés. Car lorsque Angers Patrimoine se trouvait encore à la Roseraie, il était indiqué sur les panneaux indicateurs dans les rues attenantes. Quant au jardin des Beaux-arts, là où se trouvait l'an dernier un panneau VPAH son histoire, nous n'avons vu qu'une colonne de carton présentant l'opération d'animations « Angers, cœur de l'été ».

De cette observation il nous semble que tous les éléments de communication prévus ne sont pas installés, certainement en grande partie par la faute de ces trois mois de confinement.

2.4. Des médiations à l'épreuve des contraintes financières et de l'actualité

En septembre 2019, durant notre premier entretien, Mme Vitard-Gibiat nous a expliqué ce qu'elle projetait pour l'exposition permanente du CIAP. Elle devait être organisée selon trois thèmes principaux : « habiter la ville », « aménager la ville » et « vivre la ville », ce dernier proposant un volet sur l'actualité de la commune. Le choix est ainsi fait de voir la ville comme ses usagers la pratiquent, plutôt que dans un ordre chronologique plus souvent retrouvé dans les CIAP et musées de ville.

Notre visite en juillet dernier fut assez décevante en ce qui concerne cette exposition permanente. Hormis le remarquable plan-relief de la ville et un panneau synthétique sur les caractéristiques de la ville, aucune information ne permet pour le moment de comprendre Angers. Et ce pour une raison très simple : la pandémie de Coronavirus oblige encore les agents à retirer tout matériel exigeant une manipulation. Exit la matériauthèque, éteinte la table digitale, fermés l'espace vidéo et la salle d'activités manuelles, inaccessible l'atelier des liciers.

Au-delà de cette contrainte complètement inattendue, nous ne pouvons que remarquer le manque d'informations sur l'urbanisme et l'histoire de la ville. Un touriste ne peut que difficilement faire la différence entre Angers et une autre commune de la Vallée de la Loire, s'il ne participe pas à une visite guidée... Nous avons eu la confirmation que le CIAP ne sera réellement pensé que dans un second temps, une fois que tous les services déjà existants seront installés.

Car pour le moment, les espaces de médiation normalement accessibles sont les mêmes que ceux dont disposaient le service dans son précédent local, à la Roseraie. À l'exception de l'espace d'exposition, bien sûr, occupé aujourd'hui par une exposition temporaire dédiée à l'architecture en pan de bois.

Le dispositif de médiation phare du CIAP est sa maquette. Ce plan-relief au 1/2000^e est utilisé depuis plusieurs années par le service pour présenter son territoire. Mis à jour et entretenu tous les uns ou deux ans, il nécessite son retrait pendant un mois à chaque mise à jour. Il permet de contourner le problème majeur des CIAP relevé plus haut et largement expérimenté par Stéphanie Vitard-Gibiat lors de ses visites dans de nombreux CIAP de France, à savoir l'obsolescence des maquettes et du matériel numérique... Ce plan-relief, fait de bois et de PVC expansé, mesure 4,20 mètres sur 3,90 mètres. Il permet de représenter tous les



Plan-relief d'Angers du CIAP installé au rez-de-chaussée du RU – Repaire Urbain. Cliché réalisé le 24 juillet 2020.

bâtiments de la ville, ses voies de communication, ses espaces verts et sa rivière, et offre à l'équipe du CIAP la possibilité d'intégrer aux visites guidées une vue d'ensemble du territoire et d'organiser nombre d'ateliers avec petits et grands. Il sera peut-être augmenté ultérieurement d'un dispositif numérique, le sujet est abordé dans le PSC, mais ce n'est pas prévu pour tout de suite.

D'autres dispositifs déjà employés par le service Angers Patrimoines trouveront leur place dans le nouveau CIAP. Parmi eux, une maquette détaillée du théâtre de la ville, une autre d'une maison en pans de bois caractéristique de la ville, des Lego© permettant de reproduire des bâtiments de la ville, ainsi que des vidéos, applications numériques et dispositifs numériques tels que les tablettes et casques virtuels.

Nous lisons dans les annexes du PSC que lors d'une réunion en mars 2019, Stéphanie Vitard-Gibiat informe les participants que « le CIAP ne sera pas en place à l'ouverture du RU mais une préfiguration sera faite. Une certitude, il sera évolutif dans sa forme pour enrichir les contenus ». C'est ce que nous avons pu observer sur place, et qui nous laisse imaginer une amélioration importante de la qualité du lieu dans les mois à venir.

Quand nous abordons avec elle la question du financement du lieu, Mme Vitard-Gibiat nous explique que le CIAP appartient avant tout à la ville, qui en est le principal financeur. La DRAC, elle, ne participe aux projets culturels qu'à hauteur de 100.000€ maximum. Ce qui, sur une réhabilitation d'un bâtiment comme l'ancien restaurant universitaire, qui s'élève à plus d'1,5 millions d'euros, reste assez peu... Cette enveloppe maximum de la DRAC nous a été confirmée par M. Fenneteau. Lui nous explique que cette aide accordée aux CIAP permet de couvrir au maximum 50 % du coût de la création scénographique. En cela, la DRAC suivrait les préconisations du guide *CIAP : Mode d'emploi*⁸⁹, pour qui une scénographie permanente coûterait environ 200.000€. D'où cette limite qui permet de ne pas se substituer aux collectivités, mais aide réellement les CIAP à concevoir des expositions de qualité.

Si l'idée générale semble bonne, nous relevons une approximation dans cette moyenne. Selon le guide, une scénographie permanente coûterait entre 1.500 et 2.000 euros au m², pour une surface moyenne de 150 m². Ce qui nous amène plutôt à un budget moyen de 225.000 à 300.000 euros... Sans compter que ce guide a été publié, rappelons-le, en 2007, il y a 13 ans

⁸⁹ Op. cite p. 14 : page 67

déjà. Depuis, nous l'avons vu plus haut, les ressources numériques prennent une place importante dans les centres d'interprétation, et représentent un coût non-négligeable.

Une autre aide peut être débloquée si le CIAP s'installe dans un bâtiment classé par les monuments historiques. Dans ce cas, la réhabilitation et la valorisation de ce lieu fait l'objet d'une autre subvention que celle de la seule création du CIAP.

Encore une fois, les subventions ne se limitent pas à l'ouverture du lieu et n'ont pas pour objet de remplacer le financement par les collectivités. Toutefois il apparaît que les frais de scénographie sont un coût majeur. S'il est vrai que les DRAC se basent sur un guide publié il y a 13 ans, alors les CIAP ont perdu un taux de subventionnement important. En effet, l'augmentation du coût des dispositifs de médiations (numériques et autres) et de leur entretien n'est pas anodine. D'autant plus dans un centre d'interprétation comme celui d'Angers, où la surface d'exposition temporaire et permanente s'élève à 266m²...

Cela peut expliquer qu'un CIAP mette plus de temps pour créer ou changer ses expositions, et choisisse les solutions les moins onéreuses possible...

La participation des DRAC est donc financière, mais elle est aussi en très grande partie technique : les représentants des DRAC comme M. Fenneteau apportent ainsi leur expertise dans la phase de montage du projet, jusqu'à sa validation par le Ministère. À Angers, M. Fenneteau a travaillé avec Mme Vitard-Gibat et avec l'Architecte des Bâtiments de France, l'ABF. Ensemble, ils ont pu, après une phase de recherche importante, mettre en œuvre le projet de création du Repaire Urbain.

3. Du discours d'annonce à la construction des publics

3.1. Un discours d'annonce bien rôdé...

La communication autour du CIAP d'Angers a largement précédé son inauguration. Cette communication ne lui est quasiment jamais complètement dédiée. De ce que nous avons pu observer elle concernait presque à chaque fois l'ensemble du nouveau pôle culturel angevin.

La mise en place d'un plan de relation publique et de communication commence vraiment en mai 2018, quelques mois après la décision de racheter l'ancien restaurant universitaire de l'École des beaux-arts, fin 2017, permettant à la municipalité de travailler sur le projet du RU - Repaire Urbain.

Nous trouvons les premiers articles le concernant dans la presse régionale et locale en date du 16 mai 2018 : le maire, Christophe Béchu, accompagné de son adjoint à la culture et au

patrimoine Alain Fouquet, présente les premiers grands traits de ce projet global. Nous y trouvons les éléments de langage qui seront repris ensuite dans la plupart des supports de communication sur ce pôle culturel et sur le CIAP, jusque dans le discours que l'animatrice de l'architecture et du patrimoine nous a tenu lors de notre entretien : projet valorisant et innovant, il « complète l'offre culturelle disponible dans le secteur » du jardin des Beaux-arts, lieu singulier, il a pour objectif de sensibiliser « les Angevins et les touristes aux enjeux de l'évolution architecturale, urbaine et paysagère du territoire », c'est un « espace polyvalent »...

Lors du conseil municipal du 29 octobre 2018, l'adjoint au patrimoine, M. Alain Fouquet, propose le projet de création d'un nouveau pôle culturel dans l'ancien RU, récemment racheté par la ville. Il y présente son intérêt pour la ville, son coût, etc. Des visuels et des planches de tendances, au moins en partie fournis par l'agence Scheubel + Genty Architectes -concepteurs du projet-, permettent de situer le futur pôle, si le conseil en valide l'exposé.

Nous retrouvons dans le procès-verbal de ce conseil, en plus des premiers visuels diffusés du projet, certains éléments de langages évoqués plus haut.

Nous notons que le nom de « CIAP » est conservé dans tous les supports de communication, dès le mois de mai 2018. Selon nous, il est très possible que le nom de RU - Repaire Urbain prendra le pas sur le nom du CIAP, donné à l'espace d'exposition, au rez-de-chaussée du nouveau lieu.

Sur le site de la ville nous avons relevé au fur et à mesure plusieurs articles introduisant le nouveau pôle culturel, dont le CIAP. Les informations n'y étaient pas très développées, nous trouvions plus d'éléments - notamment visuels - dans la presse ou sur Internet, voire sur les réseaux sociaux gérés par les acteurs du projet, comme sur ceux de l'agence Scheubel + Genty Architectes.

Les Journées de l'architecture en octobre 2019 ont été l'occasion pour la DRAC des Pays de la Loire de commander à des artistes des « Carnets de chantier », illustrant certains des chantiers de sites culturels en cour dans la région. Le RU - Repaire Urbain a fait l'objet de l'un de ces carnets qui s'ajoutent à la liste des supports de communication déployés pour ce lieu.

Le PSC du CIAP, qui nous a été transmis par voie postale par Mme Vitard-Gibiat, est lui aussi un élément de communication à part entière : photos, mise en page suivant la charte graphique des VPAH, éléments de langages et informations soigneusement choisies imprimés sur papier glacé et dans un format original pour un PSC - trois livrets A4 regroupés dans une pochette -, c'est un document qualitatif qui raconte le projet de CIAP et qui valorise beaucoup le travail d'Angers Patrimoines.

Nous remarquons qu'il y a peu de communication sur les réseaux, pour le moment. Mme Vitard-Gibiat nous apprend en juillet que l'une de ses collaboratrices aura en charge la création et la gestion des réseaux sociaux du Repaire Urbain à mi-temps. Elle y travaille déjà, réfléchit aux types de réseaux et de publications qu'elle souhaite mettre en place, et validera tout cela avec la direction de la Communication de la ville d'Angers. Pour l'avoir rencontrée, nous savons qu'elle imagine, pour le moment, créer une page Facebook pour se rapprocher de ce qui se fait dans les autres services culturels de la ville, un compte Twitter pour les événements et un autre sur Instagram pour mettre en avant le côté création/créatif du Repaire Urbain. Encore une fois, tout cela est pour le moment à l'état de projet, et sera déterminé dans les semaines à venir. Une information de dernière minute, toutefois : fin août, des instagrameurs ont été invités à se retrouver au Repaire Urbain pour prendre des photos artistiques du lieu. Elles ont été publiées sur leurs comptes Instagram, sous le hashtag « repaireurbain ». À l'heure où nous écrivons nous ne trouvons pas encore de page dédiée au CIAP ou au RU, mais nous sentons qu'un vrai travail de fond est à l'œuvre.

L'ensemble du dispositif de communications des Villes et Pays d'Art et d'Histoire est largement utilisé. Avec une quarantaine de brochures relatant le patrimoine angevin⁹⁰, entre les « Focus », « Rendez-vous », documents pédagogiques et livrets divers, Angers Patrimoines quadrille une grande partie de son patrimoine local. Stéphanie Vitard-Gibiat nous l'explique, le public angevin est particulièrement lecteur et friand de documentation papier sur son territoire. Pour donner un ordre d'idée, les fascicules sur les principaux bâtiments de la ville sont distribués à hauteur de 20 ou 30.000 exemplaires par an, tandis que les brochures sur les lieux moins visités par les touristes, comme les cimetières, s'écoulent à environ 5.000 exemplaires par an.

Il faut ajouter à cela de nombreux « goodies » imprimés, comme des autocollants, marque-pages, cartes postales...

Une publication scientifique, destinée initialement aux professionnels du patrimoine et du bâtiment, se vend particulièrement bien depuis sa première édition et permet à la ville de communiquer sur son architecture et son urbanisme. Il s'agit du livre *Angers : Formation de la ville et évolution de l'habitat* », publié par les éditions 303, écrit par Olivier Biguet (membre de l'équipe de recherche d'Angers Patrimoine) et Dominique Letellier, et préfacé entre autres par Christophe Béchu. Son succès de librairie impose à son éditeur des réimpressions régulières.

⁹⁰Ville d'Angers. *Fiches patrimoine* [en ligne]. Date de publication : 6 mai 2019. Disponible sur : <http://www.angers.fr/vivre-a-angers/culture/patrimoine/angers-patrimoines/ressources/fiches-patrimoine/index.html> [Consultée le 23 mai 2020]

Nous l'avons observé à Angers, la communication peut se faire bien avant l'ouverture d'un lieu, de façon fine et intéressante pour tous les acteurs du projet. Le cas du RU - Repaire Urbain nous l'a prouvé avec les carnets de chantiers commandés par la DRAC, les articles dans la presse présentant le futur pôle culturel aux habitants et le PSC, auxquels ont participé beaucoup d'acteurs politiques, culturels et scientifiques de la région.

Ainsi, nous observons que la communication sur le pôle culturel dans son ensemble s'est faite par une petite couverture dans la presse locale. Et ce dès le mois de mai 2018, soit à la date du lancement du chantier de réhabilitation. Ces articles sont publiés dans la presse locale numérique, les médias d'informations web MyAngers.info et Villactu.fr, tous les deux indépendants. On retrouve également des articles dans Ouest France, là aussi dès le 15 mai 2018.

Elle s'est faite également par le discours tenu par les élus et les responsables du patrimoine de la ville, que ce soit auprès de la presse locale ou dans le PSC, les rencontres institutionnelles et les réunions du conseil municipal, tous très cohérents les uns envers les autres.

3.2. ... Pour une communication d'accompagnement en devenir

La communication sur le Repaire Urbain et les actions du service Angers Patrimoines existent pour partie depuis longtemps, comme nous l'avons vu plus haut.

Quant au Repaire Urbain, son logo et sa charte graphique existe déjà, et orne aussi bien l'entrée du lieu, comme nous l'avons vu plus haut, que les différents documents remis aux visiteurs. Il est intéressant de noter que sur le programme des animations organisées par Angers Patrimoines, le logo du RU est deux fois plus gros que celui des VPAH.

Même si celui-ci apparaît deux fois, en première et en quatrième de couverture du livret, le visiteur lambda remarquera certainement avant tout celui du lieu. Il est placé en haut à gauche, à la même position que sur la plaquette présentant l'exposition organisée par l'artothèque. Celle-ci dépend des Musées d'Angers, dont le logo se retrouve au même endroit que celui d'Angers Patrimoine sur le programme, en haut à droite.



Deux éléments de communication pour l'ouverture du Repaire Urbain, l'un pour Angers Patrimoine, l'autre pour l'artothèque. © Repaire Urbain, 2020

Une unité semble donc se mettre en place pour tous les services du nouveau pôle culturel. En ce sens, le « Repaire » Urbain porte bien son nom : on le repère au même endroit sur les différents documents que nous avons pu trouver, avec la même graphie que sur le panneau à l'entrée et sur la vitrophanie sur le bâtiment.

L'objectif du Repaire Urbain d'être un point de départ vers la découverte du patrimoine angevin se lit dans le programme des Journées européennes du Patrimoine 2020.

Une pleine page lui est accordé dans le magazine mensuel « Métropole » de la communauté de communes Angers Loire Métropole. Elle place le RU, tant par son propos textuel que par son illustration, au centre du dispositif de médiation pour ce week-end très attendu. On y discerne l'entrée du Repaire Urbain en fond d'affiche, derrière le nom de l'événement⁹¹.

Cette revue est imprimée à 60.000 exemplaires. Elle est distribuée dans tous les foyers de la métropole, ainsi que dans les mairies et lieux publics de l'agglomération. Son public est celui des habitants et usagers, ce qui correspond au public attendu au Repaire Urbain.

On y trouve en bonne place une invitation à consulter l'agenda des sorties à Angers sur le site de la ville et sur son application « Vivre à Angers ».

Nous avons consulté l'application cet été 2020. Nous y avons trouvé les présentations des deux expositions en cours au Repaire Urbain en pôle position, au-dessus d'une myriade d'autres activités et événements organisés par tous les acteurs culturels de la commune⁹².

Sur le site de la ville, nous retrouvons une rubrique de premier niveau nommé « Vivre à Angers ».

Pour ce qui est de la communication auprès des personnels de la ville, nous avons pu remarquer une zone d'ombre, qu'il s'agira certainement d'éclairer très vite. Après notre rendez-vous avec la directrice du Repaire Urbain, nous nous sommes rendue à la médiathèque municipale Toussaint, en face du nouveau pôle culturel. Nous avons pu admirer la vue impressionnante qu'elle offre sur la végétation du jardin, qui en fait un lieu de travail très agréable. Nous avons surtout pu constater qu'on aperçoit là encore le Repaire Urbain, juste en face, au travers des arbustes.

Nous avons demandé à un jeune homme, à l'accueil de la médiathèque, ce qu'était ce RU qu'on apercevait. Impossible pour lui de nous répondre... Il a bafouillé, supposé qu'il s'agit peut-être d'un lieu d'exposition, mais il n'en savait pas plus. Il a souhaité nous rendre service et a lancé une recherche sur Internet. Et là, deuxième problème de taille : il n'a pu retrouver

⁹¹ Voir annexe IX – Le RU – Repaire Urbain et sa communication en images : Revue Métropole

⁹² Voir Annexe IX – Le RU – Repaire Urbain et sa communication en images : capture d'écran de l'application Vivre à Angers – Agenda, le dimanche 2 août 2020.

autre chose que le menu de la cantine à l'Université d'Angers. Qu'il n'ait pas encore eu la curiosité de chercher ce qu'était ce lieu tout neuf, juste en face de son lieu de travail, est possible. Mais ça nous indique surtout que la communication interne auprès des agents de la ville n'a pas encore très bien fonctionné. Tous les acteurs culturels du quartier n'ont pas encore saisi ce qui fait l'intérêt de ce nouveau lieu, ce qui peut être dommageable. Par méconnaissance, ils ne peuvent conseiller à leurs propres visiteurs de s'y rendre.

Ensuite, l'affichage extérieur du RU, s'il respecte l'histoire du lieu, ne permet pas de deviner son nom complet et ce qu'on y trouve. Nous savons par Mme Vitard-Gibiat qu'un travail de décor des vitres est à l'étude pour illustrer ce que contient le lieu. Ce point sera donc prochainement revu et corrigé.

3.3. Une définition de l'espace évolutive

Il n'est pas non-plus encore très évident qu'en entrant au Repaire Urbain nous nous trouvons dans un centre d'interprétation. Même si le panneau derrière le personnel d'accueil l'évoque, cela ne saute pas aux yeux. Lors de notre visite, il nous a semblé que le CIAP est encore un espace en devenir. Ainsi, les quatre séquences prévues dans l'exposition permanente⁹³, qui doivent donner une bonne vue d'ensemble de la ville, dans le temps et dans l'espace, ne nous ont pas sautées aux yeux. L'exposition temporaire en cours, elle, prenait la plus grande partie du CIAP.

Si tout n'est pas encore en place, et nécessitera certainement encore quelques mois pour que tout se mette en place, le CIAP est pensé pour évoluer avec le temps. Tous les éléments, de la plupart des murs au plus petit mobilier, doivent être mobiles. Cela permettra à l'équipe d'Angers Patrimoine de rendre le lieu dynamique, et de profiter au mieux de la grande place dont elle dispose.

Car le RU a pour but de devenir un lieu de vie. En dehors des expositions, des ateliers et de ses nombreuses ressources, il est aussi destiné à accueillir des conférences, des rencontres, etc. La municipalité bénéficie, ainsi d'un nouvel espace pour communiquer, en plein cœur de la ville. Elle a commencé à l'utiliser lors de son inauguration, moins d'un mois avant sa fermeture pour confinement. Elle a continué, dès le déconfinement, à se positionner comme lieu de rendez-vous : le nouvel adjoint à la Culture et au Patrimoine d'Angers, Nicolas Dufetel, y a organisé une conférence de presse pour présenter le programme culturel estival de la ville

⁹³ Les quatre séquences de l'exposition permanente annoncées dans le PSC sont « La ville, ses origines, sa forme, ses activités », « Habiter la ville », « Vivre la ville » et « Aménager la ville ».

dès le 12 juin. Selon Mme Vitard-Gibiat, ce n'est qu'un début, car, comme nous le verrons plus bas, le lieu est fait aussi pour y organiser des événements.

3.4. Une prise en compte partielle des publics

Le projet scientifique et culturel du CIAP d'Angers nous présente une étude des publics très intéressante, mais partielle. Y sont comptabilisés tous les publics accueillis en 2017, avec une description de tous les événements auxquels Angers Patrimoines a participé cette année-là, les ateliers et rencontres qu'elle a pu organiser et les leçons à en tirer pour l'avenir.

Pour donner un ordre d'idée, en 2017 ce sont 22.244 personnes qui ont pu profiter des services d'Angers Patrimoines - dont 14.390 pour les seules Journées européennes du patrimoine. Il a pu travailler avec 3.269 enfants, par le biais notamment des classes patrimoines, des parcours d'éducation artistique et culturelle en lien avec les écoles de la primaire au lycée (sur le temps périscolaire notamment) ainsi que par les ateliers et animations proposées pendant les vacances.

Si le public des enfants, en périodes scolaires et périscolaires, est important pour le service de médiation, nous notons parmi les publics adultes quelques particularités, à savoir le public des étudiants, récemment gagnés par un partenariat avec l'Université d'Angers, et celui des professionnels (du patrimoine, invités, de la ville, etc.).

Nous sentons dans la présentation du projet scientifique et culturel fourni par Mme Vitard-Gibiat une volonté de respecter autant que possible l'ordre proposé par le document de référence du ministère de la Culture, volonté déjà ressentie lors de notre entretien du 6 septembre 2019. Il est clair que l'animatrice de l'architecture et du patrimoine prend sa mission très au sérieux. Ce que l'on constate d'ailleurs dans toutes les activités qu'elle dirige et dans le dynamisme de l'ensemble de son service sur les questions touchant au patrimoine de la ville.

À la lecture des nombreux documents, nous avons compris qu'un CIAP est le pendant matériel au service de l'animation, de l'architecture et du patrimoine des VPAH. Il centralise les espaces d'exposition, bureaux, ateliers, salles de projections et de travail, etc. ainsi que le matériel de médiation, voire les éventuelles collections. Les membres du service, soit l'animatrice de l'architecture et du patrimoine et son équipe, font vivre ce lieu et son matériel, et représentent la partie « immatérielle » du CIAP par son activité humaine. Mais à Angers, les choses ne semblent pas si claires. Nous le constatons sur le PSC, le CIAP ne correspond qu'aux deux espaces d'exposition - permanente et temporaire -, et à la salle vidéo, tandis que les ateliers,

salles de conférences ou pédagogiques, bibliothèques et salle de lecture, archives et stockages divers font partie de l'ensemble « SEVAH » (soit Angers Patrimoines).

Il nous semble que cette façon de voir le CIAP comme la seule surface d'exposition et d'accueil du public est dû aux trente années d'existence du service Angers Patrimoines. Ses ateliers et salles de travail existaient bien avant la création du centre d'interprétation. Finalement, la vraie nouveauté née de l'obligation de créer un CIAP n'est que l'aménagement de ces trois espaces accessibles librement par les visiteurs.

Cette question, si elle peut sembler anodine, ne l'est pas tant que ça si nous pensons à l'étude des publics : elle laisse entendre que l'activité du CIAP peut être différenciée de celle d'Angers Patrimoines, et que l'un peut faire sans l'autre, que les résultats du premier n'influeront pas sur ceux du deuxième. Quand il s'agira de relever le nombre de visites et d'actions mises en place, le résultat du CIAP sera très certainement pris en compte et vu comme celui du travail d'Angers Patrimoines. Mais il pourra tout aussi bien être rapproché de celui du Repaire Urbain dans son ensemble, puisque situé à l'entrée du bâtiment. Et dépendant de la même cheffe d'établissement.

Cette organisation n'a rien de malhabile, au contraire, et permet de mettre en valeur le travail réalisé depuis longtemps par Angers Patrimoines, qui n'a pas attendu d'avoir un CIAP pour dérouler un panel d'activités impressionnant. C'est d'ailleurs certainement un moyen de percevoir concrètement l'avantage que tirera le service de Mme Vitard-Gibat de cette ouverture au public. En parallèle, l'analyse de l'activité de médiation pourra continuer sur les mêmes bases - ou presque - de celles réalisées depuis plusieurs dizaines d'années par son équipe.

Nous nous demandons toutefois si cette distinction peut avoir un impact sur la communication d'Angers Patrimoines avec les institutions dont elle dépend, comme le ministère de la Culture, la DRAC ou la préfecture, qui ne se basent pas sur la même définition d'un CIAP...

3.5. L'hypothèse de la boîte noire

Le projet scientifique et culturel nous laisse entendre que les publics potentiels du CIAP n'ont pas été appréhendés complètement par les meneurs du projet, et que leur existence n'est pas complètement prise en compte. Le flou autour de ces publics nourri l'hypothèse de la boîte noire, à savoir que ce public est vaguement apprécié, mais que son image reste abstraite aux yeux des acteurs du projet.

En effet, si le bilan des activités d'Angers Patrimoines, sur son année 2017, est largement détaillé et analysé dans le PSC, nous remarquons que les publics attendus, s'ils sont déterminés dans le projet, ne sont pas chiffrés ni détaillés.

Nous savons pourtant par Mme Vitard-Gibat que des études des publics réalisées il y a quelques années par l'Université d'Angers et en 2018 par l'office du tourisme ont été utilisées pour constituer ce dossier.

Nous supposons donc que des documents internes permettent de mieux quantifier le nombre de visiteurs potentiels. Pourtant, le PSC n'en laisse rien paraître. Ainsi, à sa lecture nous ne sommes pas en mesure d'apprécier le nombre des musées et institutions culturelles les plus proches du RU - Repaire Urbain, ni des musées partenaires sur le territoire d'Angers Loire Métropole.

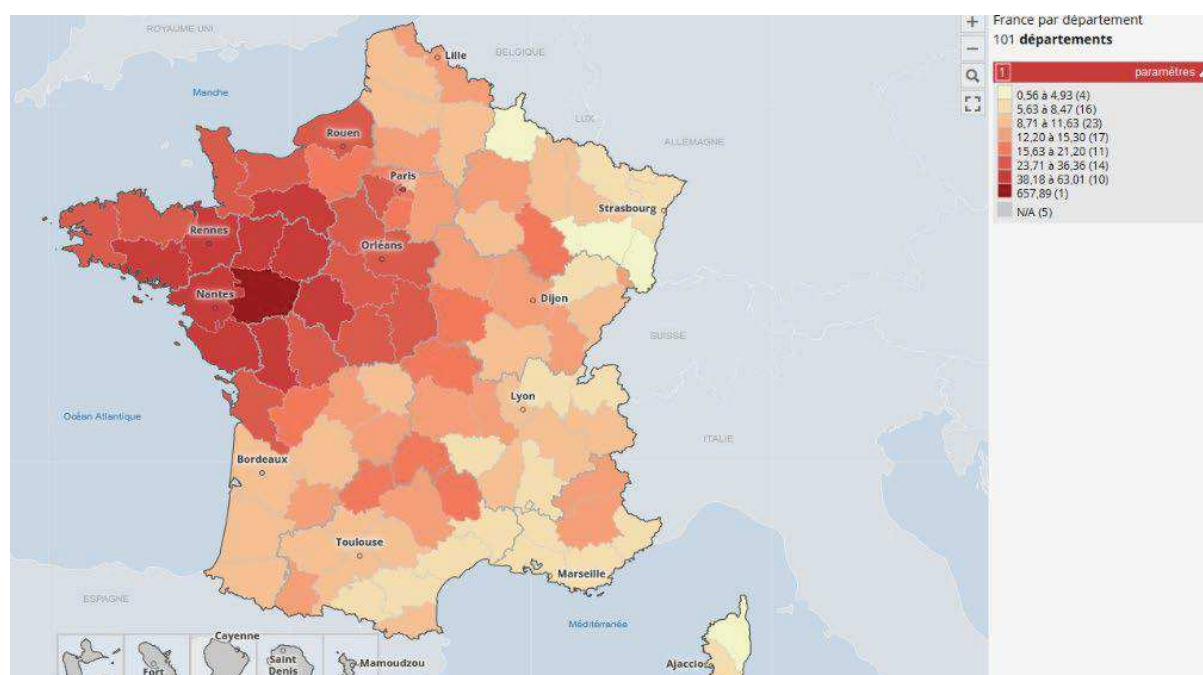
D'autre part, le Repaire Urbain regroupe trois services déjà connus par les habitants d'Angers. Sachant que le CIAP est situé à l'entrée du RU, il y a fort à parier que les publics du centre d'interprétation seront en grande partie constitués de l'ensemble de ces services. Ce que précise d'ailleurs le PSC du CIAP... Ainsi, on peut s'attendre à y voir des chercheurs et des étudiants, visiteurs réguliers des archives. Des amateurs d'art attirés par le prêt d'œuvres picturales et par les expositions organisées dans la grande salle du premier étage sont également des visiteurs potentiels, ainsi que les artistes venus travailler dans la résidence ou dans l'atelier des liciers. Ces publics, déjà existants, auraient pu être comptabilisés dans le PSC, et ajoutés à celui d'Angers Patrimoines pour former un public attendu plus précis.

Aucune donnée chiffrée n'est apportée non-plus par la lecture de l'étude des publics, relativement récente, menée par l'office du tourisme, partenaire très fort d'Angers Patrimoines. Certaines données sont pourtant facilement accessibles sur le site de l'office du tourisme, Destination Angers, et donnent, entre autres, le département d'origine de la grande majorité des visiteurs du territoire, à 85 % français.

Une autre donnée manquante très importante est la périodicité des visites dans les 17 sites patrimoniaux majeurs de la ville. Cette donnée serait également intéressante, notamment pour déterminer à quel moment lancer de nouvelles expositions, de nouveaux cycles de visites guidées et développer une offre spécifique aux périodes creuses.

Angers Patrimoines bénéficie d'une expérience longue de plusieurs décennies d'interprétation du territoire et de partenariats forts avec les acteurs culturels, touristiques et politiques locaux. Nous pensons donc que ces données existent mais qu'elles n'ont pas été incluses dans le PSC.

Mais pourquoi ? En n'analysant pas ces informations, ce qui est pourtant expressément conseillé dans le guide méthodologique du ministère de la Culture⁹⁴, le PSC ne permet pas de donner une orientation scientifiquement posée du contenu et des activités proposées par le CIAP. Il ne permet pas non-plus de donner des indicateurs efficaces déterminant quelles actions mises en œuvre dans le CIAP sont intéressantes, lesquelles méritent d'être revues et corrigées ou lesquelles manquent.



Carte de l'indice d'affinité des visiteurs selon leur origine géographique, tiré du Bilan d'activité touristique 2018. - © Destination Angers, 2019

A priori, aucune consultation publique n'a été effectuée, mais un questionnaire a servi de base de réflexion lors de deux réunions pour donner une idée globale de ce qu'on pouvait attendre d'un centre d'interprétation. Celui-ci comprenait six questions à choix multiples, dont les résultats ont été présentés ensuite au comité technique du projet. C'est sur cette base de travail que les contenus du CIAP et son ambiance générale ont été choisis. Si l'on en croit l'organigramme d'Angers Patrimoines indiqué dans le PSC, les deux réunions pendant lesquels le questionnaire a été posé regroupaient en très, très grande partie des membres de l'équipe de Stéphanie Vitard-Gibiat, ce qui biaise forcément le résultat.

Il est très possible que ce choix de ne pas poser ces questions aux habitants vient d'un manque de temps, voire de moyens. Cela confirme en tout cas le manque d'étude des publics.

À la lumière des programmations du RU, nous pensons que les publics d'Angers Patrimoines vont drastiquement changer avec l'ouverture du CIAP. Le grand public va pouvoir se rendre

⁹⁴ Op.cit. p.12 : page 30.

au CIAP tous les jours, sans prendre de rendez-vous, et visiter des expositions sur place. Cette possibilité n'existait pas avant, puisque sa localisation au cœur de l'école Marcel Pagnol n'en permettait pas l'accès libre. Le PSC prévoit d'ailleurs que les deux expositions annuelles ne seront pas destinées au même public. Malheureusement, sans pour autant le chiffrer... Mais il semble évident que ce choix de toucher un public moins spécifiquement angevin durant la période printemps/été n'est pas anodine. C'est le moment, *a priori*, où les touristes sont les plus nombreux dans la région... Il est très probable que cette temporalité ait été choisie après la consultation des études des publics réalisées par l'office du tourisme et par l'université d'Angers.

Les horaires d'ouvertures au public sont assez restreints : le CIAP est ouvert du mardi au samedi de 12h30 à 18h. Les matinées sont dédiées aux publics scolaires, parascolaires et groupes de professionnels. Les publics en matinée seront donc très semblables à ceux qu'Angers Patrimoines recevait avant d'emménager au Repaire Urbain. Les visiteurs du CIAP, l'après-midi, représentent, eux, un tout nouveau public pour le service de Stéphanie Vitard-Gibiat.

Il était d'autant plus important, à notre sens, qu'une étude des publics commandée par Angers Patrimoines ou par le Repaire Urbain prenne en compte tout le territoire d'Angers, de ses alentours et des régions les plus intéressées par le patrimoine angevin.

Dans l'exposition temporaire visitée cet été, nous avons pu constater que les trois publics sont pris en compte dans les panneaux textuels. Les enfants trouvent des encarts à leur hauteur, signalé par une police colorée et une question « Le sais-tu ? », qui leur apporte l'information essentielle et attire leur curiosité sur un détail intéressant à retenir. Les habitants et connaisseurs du thème bénéficieront d'un contenu très détaillé, offrant une grande quantité d'informations pointues sur le sujet. Les visiteurs découvrant pour la première fois le thème de l'exposition pourront se concentrer sur un résumé de ces contenus, écrit dans une police plus grande et d'une couleur différente.

4. Une programmation forte pour un levier de communication bientôt incontournable

Le RU - Repaire Urbain apporte au CIAP d'Angers un vrai plus, comparé à d'autres VPAH.

Car si le patrimoine et l'urbanisme sont les thèmes centraux du lieu, la promotion de la création artistique contemporaine fait partie de son ADN. Une volonté forte d'y présenter le travail des artistes et de les accompagner dans leur travail est marquée dans le PSC : on remarque

notamment l'existence d'une résidence d'artiste et de la grande salle d'exposition, au premier étage du RU.



Atelier de tapisserie du CIAP, au Repaire Urbain.
© Ville d'Angers

D'autre part, l'atelier de tapisserie, qui existait déjà dans les anciens locaux d'Angers Patrimoines, permet à des artistes de travailler sur les métiers à tisser.

La première exposition de la grande salle du RU a été organisée par l'artothèque, qui, rappelons-le, dépend des Musées d'Angers. Cette exposition, dédiée au photographe Stéphane Couturier, entre en résonance avec le Repaire Urbain.

Le regard de l'artiste, tourné vers la beauté du détail dans les ensembles industriels et urbains, invite à voir autrement le patrimoine récent, dont l'ancien restaurant universitaire est un exemple parfait.

Si l'on en croit la présentation du projet de pôle culturel au conseil municipal par M. Alain Fouquet, en 2018, cette salle a vocation à présenter en priorité le travail d'artistes contemporains tels que Stéphane Couturier, mais peut être utilisée dans le cadre d'autres événements, selon les besoins du lieu.

Le CIAP, lui, a sa propre programmation. Dans le PSC, Angers Patrimoines prévoit de réaliser deux grandes expositions par an, dont une en automne/hiver, dédiée aux angevins et proposant des thèmes scientifiques ou d'actualité. Celle-ci, hors année touchée par des fermetures sanitaires comme en 2020, serait inaugurée au moment des Journées du Patrimoine. La deuxième exposition annuelle, plus adaptée à un public de touristes, mettrait l'accent sur la médiation, les NTIC ou un artiste en particulier. Elle mettrait en lumière la création artistique et le dynamisme culturel de la ville d'Angers.

À année exceptionnelle, programmation exceptionnelle : l'exposition temporaire sur l'architecture à pans de bois, inaugurée en février 2020 et qui devait initialement se terminer le 30 septembre, a été prolongée jusqu'au mois de décembre. Des éléments sculptés de façades à pans de bois et des documents graphiques, issus des collections des Musées d'Angers, sont présentés dans le cadre de cette exposition. Malgré la fragilité de ces œuvres,

qui nécessite une exposition à la lumière et une hygrométrie bien spécifique, le CIAP a pu prolonger de trois mois leur présence au cœur du Repaire Urbain. Cela démontre une certaine souplesse, permise par les bonnes relations entre Angers Patrimoines et les Musées d'Angers. Cela promet surtout un échange riche à venir entre les institutions culturelles, et un réseau bien entretenu par les responsables de ces institutions.

5. Un lieu de vie inauguré dans une période improbable

5.1. Covid-19 *versus* lancement du Repaire Urbain : un match difficile à jouer pour Angers Patrimoines

C'est une situation abracadabrantesque, dramatique à plus d'un titre et totalement imprévue. Un mois après l'inauguration du Repaire Urbain, le 12 février 2020, la pandémie de Coronavirus et l'obligation de fermeture foulaient aux pieds tous les plans de lancement des trois services réunis au 35 boulevard du Roi-René. Les plans de communication ont été gelés, les aménagements toujours en cours remis à plus tard.

Quant aux publics, bien entendu, ils n'ont pas eu la possibilité de découvrir cette nouvelle offre culturelle. Pour Mme Vitard-Gibiat et son équipe, c'est un faux-départ pénible à vivre.

Nous en sommes tous au même point : à l'heure où nous écrivons, personne ne peut dire si d'autres périodes de confinement ou des restrictions seront décidées. Bien entendu, prévoir des événements dans ces conditions est une gageure.

Accueillir les publics dans des conditions optimales en est une autre. Nous l'avons observé cet été : pour des raisons évidentes d'hygiène et de sécurité en période de pandémie, tous les éléments tactiles librement accessibles ont été retirés de l'espace public du Repaire Urbain. Seuls restent en place les éléments qui ne demandent pas de manipulation... Or dans un centre



Entrée distanciée au Repaire Urbain.
Cliché réalisé le 24 juillet 2020

d'interprétation, où le toucher est l'un des sens les plus souvent plébiscité par les dispositifs de médiation, cela complique beaucoup les choses. Ainsi, la matériauthèque a été remise. L'espace vidéo et sa table numérique plongés dans le noir. L'atelier des liciers, qui comportent les métiers à tapisser utilisés par des artistes liciers et par les interprètes du RU, fermé au public. La salle d'activités manuelles, toujours bien rangée et au calme... Tous ces espaces doivent faire du CIAP un lieu vivant. En l'état, ils manquent vraiment.

Mais ce qui manque certainement le plus au RU, pour le moment, ce sont les visiteurs. Quand nous nous sommes rendue sur le lieu, le calme qui y régnait laissait entendre que la saison ne serait certainement pas à la hauteur de ce qu'attendaient ses équipes. Ce sentiment fut confirmé par une autre visite, au Musée Jean Lurçat et de la tapisserie moderne. Ce lieu qui fait partie des Musées d'Angers, était lui aussi très, très calme... Les gardiens, dans chaque salle, pouvaient s'occuper tout particulièrement de nous : nous étions seule à leur rendre visite à ce moment-là. L'un d'entre eux nous expliqua que comme tous les autres musées d'Angers, ils comptaient cet été une soixantaine de visiteurs par jour, contre trois cents habituellement, à la même période. Soit seulement 20 % des visiteurs attendus... C'est une catastrophe économique pour toute l'agglomération, car cela laisse entendre que les commerçants d'Angers ressentent eux aussi cette chute de la fréquentation. Après un deuxième trimestre perdu, un chiffre d'affaires en berne en pleine saison touristique risque d'être très difficile à supporter pour tous les acteurs économiques du territoire.

Pour les aider, la municipalité a pris une mesure pour l'été largement relayée sur ses supports habituels de communication. Elle offrait une deuxième nuit à tous les touristes logés dans un hôtel de la ville pour une nuit, au même endroit, jusqu'à cent euros par personne et par séjour. Cette mesure, dont nous n'avons pas encore les résultats, n'est pas la seule à avoir été prise dans l'urgence. Ainsi, le nouvel adjoint à la culture, Nicolas Dufetel, a annoncé que les subventions promises seront toutes versées, même pour les projets annulés pour cause de pandémie. Ces subventions représentent neuf millions d'euros pour cette année 2020. Une aide supplémentaire de 150.000 euros sera également proposée aux structures et associations culturelles⁹⁵

Reste à savoir comment le Repaire Urbain rebondira après cette première période éprouvante. Peut-être qu'un deuxième lancement pourrait être envisagé, en profitant cette fois-ci des réseaux sociaux à venir et d'une installation plus opérationnelle.

⁹⁵ Notons que cette annonce a été faite depuis le Repaire Urbain, le 12 juin 2020, lors de sa présentation de la programmation culturelle angevine de l'été.

5.2. Le CIAP d'Angers, un levier culturel évolutif et vivant prometteur

Nous avons pu constater que tous les contours de l'exposition permanente du CIAP d'Angers ne sont pas encore déterminés, tout comme la veille et l'évaluation pour lesquels, selon le projet scientifique et culturel fourni, il semble manquer des données de départ importantes.

Ces données sur l'étude des publics sont vraiment importantes. Nous l'avons découvert d'abord dans un autre domaine, à savoir le design d'expérience utilisateur : s'il y a une chose que nous savons sur les publics, c'est que nous ne savons pas ce qu'ils attendent vraiment et qu'on ne peut pas se substituer à eux... Ce point est tout à fait transposable dans le cas des utilisateurs de lieux culturels, dont les CIAP. Nous pouvons imaginer les attentes des visiteurs, mais leurs usages de ces lieux seront chaque fois une surprise, et demanderont une révision régulière de la scénographie et des médiations. Cette remise en question périodique est nécessaire pour répondre aux attentes, et pour apporter la petite dose de surprise nécessaire au le plaisir de la découverte et à l'envie de revenir.

Elle est prévue par Stéphanie Vitard-Gibat et son équipe : la mobilité des panneaux et des éléments d'exposition est justement adaptée aux besoins à venir et aux futures expositions, forcément différentes. Cette mobilité du mobilier et des panneaux doit aussi permettre d'accueillir des événements, des rencontres et des conférences nécessitant des espaces plus ou moins grands.

Angers Patrimoines va forcément vivre une très grande modification de son service auprès des publics. Son espace ouvert à tous et sa situation de porte d'accès aux autres services réunis au sein du RU lui apporte une dimension nouvelle : plus largement ouvert aux habitants, aux usagers de la ville et aux touristes, son public scolaire et périscolaire ne devrait plus être aussi majoritaire.

Toutes ces questions sont abordées dans le PSC du CIAP. L'accueil des publics est commun à tous les services municipaux du RU. Il est situé à l'entrée, au cœur de l'espace dévolu au CIAP. Ainsi, les publics des autres services culturels réunis au Repaire Urbain font partie des publics potentiels du CIAP.

L'entrée du Repaire Urbain, constitué de l'accueil et de l'espace d'exposition du CIAP, reçoit les visiteurs et leur offre un accès clair et identifié vers ses différents services, et vers la grande salle d'exposition du premier étage. Les couleurs vives des cages d'escaliers sont identifiables dès la porte d'entrée. L'escalier principal, situé en face de l'entrée et peint de la même couleur orange que la vitrophanie et les murs extérieurs, appelle le visiteur à monter directement. Si la couleur bleue semble identifier Angers Patrimoines, sa présence autour du point d'accueil ne permet pas de comprendre qu'on entre dans un service à part entière.

Enfin, le PSC l'explique : c'est une préfiguration de l'exposition permanente qui est proposée depuis l'ouverture du Repaire Urbain. Cela laisse entendre que cet espace bénéficiera prochainement d'une identification plus forte, compréhensible par ses visiteurs.

De fait, nous validons notre troisième hypothèse, qui était que si l'approche communicationnelle répond à l'impératif d'identification et d'attractivité des CIAP pour remplir leur mission de sensibilisation, d'information et de formation de tous les publics à leur territoire, il semble que celui d'Angers, localisé au sein d'un pôle culturel regroupant plusieurs entités patrimoniales de la métropole, ne se démarque pas clairement aux yeux des visiteurs potentiels et effectifs, et qu'il n'a pas encore véritablement défini et déployé de dispositifs de médiation, de veille et d'évaluation visibles, lisibles et partagés.

Conclusion

Un centre de l'interprétation de l'architecture et du patrimoine est un lieu particulier. C'est un levier de développement territorial doublé d'un dispositif de communication très précieux pour les collectivités labellisées Villes et Pays d'Art et d'Histoire. C'est aussi un équipement animant un réseau d'acteurs politiques et culturels, à même d'augmenter la notoriété de tout un territoire.

Car un CIAP n'arrive pas tout seul dans un territoire culturellement vide. Dispositif de médiation du patrimoine local, il compose avec tout ce qui constitue son territoire : patrimoine existant, histoire du lieu, politiques patrimoniales passées et actuelles, activité touristique et économique, habitants, labels déjà en place... Il fait également avec l'humain : chaque organisation impose une gestion et des choix différents, les décideurs n'ont pas tous la même priorité ni les mêmes moyens. Cela se ressent fortement, malgré une base commune fixée par le ministère de la Culture.

Tout au long de ce mémoire, nous avons travaillé autour d'une question, notre problématique : **pourquoi, comment et avec quelles limites les CIAP élaborent et déploient-ils leur communication et leurs services des publics au regard de leur territoire d'inscription, de leurs missions d'interprétation et de leurs publics (habitants, scolaires et touristes) construits et effectifs ?**

Pour y répondre, nous avons déterminé trois hypothèses, que nous avons vérifié dans chacune des trois parties précédentes. Ces hypothèses ont été soit validées complètement, soit partiellement.

Une politique locale décisive

Ainsi, la première hypothèse a été développée dans notre première partie :

Il semble que chaque CIAP définisse sa stratégie des publics et de là son service des publics au vu de son territoire et de ses parties prenantes.

Celle-ci a été validée, après une analyse portant sur l'ensemble des Villes et Pays d'Art et d'Histoire et leurs CIAP.

Chaque territoire étant défini par sa propre politique culturelle, ressentie sur ses différents échelons (régionaux, départementaux et locaux), les CIAP et leur service s'en ressentent forcément. Malgré la dimension nationale du réseau VPAH, il est clair que tous n'ont pas accès aux mêmes moyens ni aux mêmes compétences. Leur stratégie des publics doit donc s'y

adapter. Nous avons d'ailleurs été frappée de découvrir combien la politique patrimoniale d'une localité peut modifier l'aspect et les objectifs d'un équipement défini à l'échelon national. L'organigramme des collectivités est incontournable pour comprendre ces différences. Là aussi, le statut des services de l'architecture et du patrimoine et de leurs responsables donne une idée, même partielle, des difficultés que certains AAP rencontrent dans la mise en œuvre de leurs projets.

Les obligations inhérentes au label VPAH sont lourdes, nous l'avons vu. Recrutement d'une équipe, création d'un CIAP, gestion d'un équipement culturel supplémentaire sur le territoire peut refroidir les municipalités. Pourtant, force est de constater que certains tirent leur épingle du jeu et que ces CIAP, s'ils sont correctement pensés et gérés, peuvent apporter énormément à leur territoire. Ils sont un soutien à l'ensemble des acteurs culturels de leur collectivité, et peuvent développer des relations enrichissantes entre les institutions. Par ces mises en relation, ils sont capables d'augmenter la notoriété et l'attractivité de leur localité.

Il s'agit vraiment pour les élus de donner un cap à ces leviers de développement territorial. Nous constatons l'importance de la politique locale sur la gestion des CIAP : il est absolument nécessaire que les élus locaux comprennent l'importance des CIAP pour leurs territoires. C'est en leur donnant une direction claire à suivre, en imprimant dans l'ADN de leur centre d'interprétation le message qu'ils veulent transmettre et en leur apportant les moyens nécessaires que les CIAP pourront atteindre leur objectif, et serviront au mieux leur collectivité.

Une vraie direction des Publics et de la Communication, la clé d'un service compris et respecté

Notre deuxième hypothèse nous a permis de mieux comprendre comment les publics étaient appréhendés :

La politique des publics des CIAP semble souvent précédée, voire minorée lors de son élaboration comme dans sa mise en œuvre par la politique de communication, dans la fabrique du récit du lieu et de ses publics, pour des raisons tant organisationnelles et stratégiques que professionnelles.

Celle-ci a été partiellement validée : en effet, si on prend les CIAP dans leur ensemble, la très grande majorité semble ne pas construire de politique des publics en amont de son projet, par manque d'étude préalable, notamment. Mais cette généralité ne peut être appliquée à tous : en effet, certains CIAP font l'objet d'une étude approfondie avant ouverture et sont ainsi en mesure de mettre en place une véritable politique des publics. Tout dépend là encore des moyens mis en œuvre dans le projet...

Ce problème de la gestion des publics, trop souvent limité à leur accueil et la seule activité de médiation, nous a amené à approfondir cette nécessité de mieux connaître les usagers des institutions culturelles.

Nous le constatons tous les jours dans le milieu culturel : d'un point de vue économique et social, notre branche n'est pas toujours prise au sérieux par le grand public, comme le serait celui de l'aviation ou de l'industrie métallurgique. Selon certains, nous ne sauvons pas de vies, nous ne protégeons ni ne nourrissons nos concitoyens, nous ne rapportons rien. Rien de plus faux ! Car si nous ne sommes pas aux premières lignes dans les hôpitaux, l'art et le patrimoine que nous défendons permettent à tout un chacun de s'élever, de rêver, de créer, et de ne pas sombrer dans la dépression et l'obscurantisme. Nous offrons l'occasion de rencontrer les autres, de comprendre le monde comme il va et comme il se vit, et ainsi de respecter ce qui fait la culture et l'individualité de chacun. En apportant la connaissance et le regard d'autres cultures, nous apaisons certaines tensions. C'est bien connu, le savoir éloigne la peur... Et notre secteur rapporte ! Le Sénat lui-même l'indique dans le rapport de Sonia de la Provôté et Michel Dagbert cité en page 31 : un euro investit dans le patrimoine, se sont trente euros de retombées économiques. Nous, le secteur de la culturel et de la communication, représentons 2,3% du PIB en France, en 2017. Des millions de personnes vivent du patrimoine et de la culture en France, première destination touristique au monde. Des milliers d'entreprises et d'institutions, qui ne font pas directement partie du milieu culturel, bénéficient de cette attractivité.

Ce qu'il y a de fascinant dans ces résultats, c'est qu'ils ne sont pas dus à une politique unique, ni à un même objectif. Ils sont dus à la très grande variété d'actions culturelles et patrimoniales menées dans le pays. Ces actions sont mises en œuvre par des acteurs eux aussi très différents, qui ne défendent pas nécessairement les mêmes points de vue mais qui, ensemble, réunissent une diversité culturelle aussi importante qu'attractive.

Si nous sommes en mesure de le dire, c'est que des indicateurs-clés ont permis de relever les chiffres de la culture et du patrimoine, et que des analyses ont permis de prouver à quel point l'art et l'Histoire sont essentiels. Ces indicateurs sont importants, car ils permettent d'être pris au sérieux et d'avoir une voix plus forte dans les décisions à prendre.

Nous avons relevé combien les études des publics ont du mal à être mises en place dans les collectivités. Manque de temps, manque de moyens financiers et humains... Ces contraintes doivent pourtant être dépassées. Car il en va de la santé de ces collectivités et de leurs services dédiés au patrimoine, à la culture et au tourisme.

Les publics ne sont pas étudiés qu'à leur création. Ils doivent l'être régulièrement, pour ne pas tomber dans le piège d'équipements obsolètes et vieillissants. Pour cela, de nombreux outils existent, dont certains comme la GRC sont promus par le ministère de la Culture lui-même.

La communication, elle, est un levier incontournable de ce dynamisme culturel et patrimonial : impossible d'attirer des visiteurs dans un lieu si personne n'en parle, ou si l'on en parle mal. Là aussi, une analyse régulière de la communication et de la notoriété des institutions culturelles est nécessaire.

Si les entreprises privées investissent dans la communication, ce n'est pas par futilité. Et comme pour la direction des publics, la communication est un métier qui exige des compétences et des connaissances particulières. Les minimiser, c'est risquer de faire de la communication « à la petite semaine », sans atteindre son public, sans réussir à transmettre son message. Nous sentons que les institutions publiques y sont de plus en plus sensibles ; cela permettra certainement aux politiques patrimoniales et culturelles locales d'être mieux comprises et plus efficaces.

[Le CIAP d'Angers, un lieu prometteur soutenu par une équipe dynamique](#)

Enfin, nous rappelons notre dernière hypothèse, axée sur le CIAP d'Angers et les compétences à l'œuvre dans les CIAP :

Si l'approche communicationnelle répond à l'impératif d'identification et d'attractivité des CIAP pour remplir leur mission de sensibilisation, d'information et de formation de tous les publics à leur territoire, il semble que celui d'Angers, localisé au sein d'un pôle culturel regroupant plusieurs entités patrimoniales de la métropole, ne se démarque pas clairement aux yeux des visiteurs potentiels et effectifs, et qu'il n'a pas encore véritablement défini et déployé de dispositifs de médiation, de veille et d'évaluation visible, lisibles et partagés.

Pour celle-ci la difficulté posée par le confinement a été majeure : en effet, nous n'avons pas été autorisé à nous déplacer pendant trois mois, au moment de la rédaction de ce mémoire. Le lieu était fermé, comme tous les autres, et personne, pendant la durée de notre analyse, ne pouvait plus répondre à nos questions. À l'inverse, le PSC était très clair : le CIAP est ouvert par la force des choses, à savoir qu'il est l'espace d'accueil de l'ensemble du RU. Pour autant, il n'a pas eu encore la possibilité de déployer complètement son offre culturelle et de mettre en place tous ses dispositifs de communication et de médiation.

Nous avons finalement pu le visiter très tard par rapport à notre travail de recherche. Nous avons pu voir quelques photos sur Internet, en attendant, et l'agence d'architectes Scheubel

& Genty avait très gentiment complété cette documentation visuelle par son plan et ses propres clichés. Cela nous a beaucoup aidé sur le moment, mais ce n'était pas suffisant. Visiter le lieu a permis de mieux saisir la différenciation des espaces et des services et de comparer le RU avec le CIAP visité à Pontoise. Cela a aussi permis de visualiser l'intégration de cet équipement culturel très prometteur au cœur du jardin du Musée des Beaux-Arts.

Le lancement du Repaire Urbain a été marqué par un événement totalement imprévu, tout comme l'ensemble de la planète. La pandémie de Covid-19, en plus d'être une catastrophe sanitaire et humaine, a été un frein majeur au développement culturel, touristique et économique dont nous n'avons pas fini de constater les dégâts.

Le CIAP d'Angers ne fait pas exception : son lancement avorté, couplé à la fermeture d'un des principaux accès du jardin pendant l'été est dommageable à sa fréquentation et au développement de sa notoriété. Nous sommes pourtant intimement persuadée que ce lieu va rapidement devenir incontournable. D'abord, il profite de la présence des services déjà connus et utilisés par les angevins, et de sa proximité avec les principales institutions culturelles d'Angers, en plein cœur de la ville. Ensuite, les nombreuses activités de médiation déjà mises en œuvre par l'AAP et son équipe sont additionnées d'une vraie conscience de l'importance de la communication. Alors que nous clôturons la rédaction de ce mémoire, nous constatons qu'une opération « Instameet » a été organisée au Repaire Urbain fin août. Des instagrameurs s'y sont réunis et ont publiés des photos artistiques du lieu sur le réseau social, sous le hashtag « repaireurbain ».

Ici, les idées foisonnent et sont suivies d'une mise en œuvre efficace. Nous sommes persuadée que la notoriété du lieu va en bénéficier, et que ce n'est que le début d'une belle aventure.

Pour conclure...

Ce travail de recherche sur les CIAP et les directions des publics et de la communication a été passionnant. En découvrant ces univers, nous avons eu le très grand plaisir de rencontrer et de discuter avec des personnalités tout aussi passionnées que nous, à l'expérience enrichissante, à l'activité intense et pleine de projets.

Les CIAP et les Villes et Pays d'Art et d'Histoire, que nous ne connaissions pas avant notre entretien d'admission en master 2, ont été une grande surprise. Nous avons découvert un dispositif aux multiples possibilités et plein de promesses pour les collectivités territoriales et leur patrimoine local. Plus largement, pour les différents publics (dont la trinité un peu simpliste maintes fois rabâchée des habitants/scolaires/touristes) il s'agit d'un équipement culturel au

service de la connaissance du patrimoine local par les visiteurs, qui renforce l'identité culturelle d'un lieu et développe son intérêt touristique.

Aujourd'hui, nous avons la conviction que, travaillé dans les règles de l'art, un CIAP est un atout pour l'ensemble de l'économie d'un territoire. Encore faut-il le penser en amont, et que les municipalités se l'approprient, plutôt que de le voir comme une source de dépense « volontaire et obligatoire » ...

Nous avons pu constater que si les CIAP sont tous différents, beaucoup de points communs les rapprochent. L'intérêt du réseau national des animateurs de l'architecture et du patrimoine, d'un côté, permet une entraide puissante entre les acteurs principaux de ces équipements. De son côté l'association Sites et cités remarquables, constituée d'élus de Villes et Pays d'Art et d'Histoire et de territoires labellisés Sites patrimoniaux remarquables, développe de nombreuses formations, ressources et sert de vitrine pour toutes ces collectivités labellisées.

À l'inverse, selon nous le problème du site vpah.culture.fr pose question. Il nous semble, avec les éléments et informations dont nous disposons aujourd'hui, qu'un site à l'échelle nationale pourrait être réalisé, avec un minimum d'engagement. Après tout, l'ergonomie, l'arborescence et les fonctionnalités ont été pensées sur deux sites web conçus par des DRAC. Nous savons de source sûre que l'un de ces projets au moins a été présenté au ministère, et y a été très apprécié. Quant au contenu, il est déjà prêt : il n'y a qu'à consulter les pages web des CIAP existants ! Si cela n'est pas suffisant, alors pourquoi ne pas déléguer une équipe ou une agence de communication web ? Elles pourraient récupérer puis organiser et adapter les contenus visuels et textuels des brochures diffusées dans les territoires pour ce nouveau support... Nous notons également l'engagement très fort des AAP rencontrées. Nous constatons sur le site des VPAH actuel un travail de fonds réalisé par ces médiateurs pour mettre à jour, autant que possible, les activités proposées sur leurs territoires. Gageons que la plupart d'entre eux ne verraient pas un gros inconvénient à devoir renseigner un nouveau site fonctionnel plutôt que la plateforme actuelle.

Cela permettrait à des AAP ayant des difficultés à communiquer sur leurs actions de travailler dans de meilleures conditions. Une plus grande équité entre les régions et les territoires labellisés serait ainsi apportée...

Bien entendu, nous n'avons pas la prétention de nous mettre à la place d'un ministère ou d'une DRAC. Beaucoup de contraintes nous échappent et par expérience, nous connaissons l'ampleur du travail que demanderait un tel projet. Simplement, quand on découvre l'engagement des personnes liées de près ou de loin au label des VPAH, il est difficile de comprendre qu'une région puisse le réaliser mais que les autres ne le puissent pas. Ni même que son ministère de tutelle ne le prenne pas en charge.

Nous regrettons de n'avoir pas pu travailler plus longuement sur cette question des CIAP et des équipements culturels et patrimoniaux dans les territoires. La période totalement imprévue du confinement, qui a duré plusieurs mois pendant la phase d'écriture de ce mémoire, ne nous a pas permis d'approfondir certaines questions comme celles de la communication du CIAP tout juste ouvert.

Plusieurs questions restent en suspens, que nous n'avons pas approfondi mais qui nous semblent intéressantes à creuser.

D'abord, après une période de recul nécessaire, cette période très particulière (et dramatique à plus d'un titre), mérite d'être étudiée pour connaître l'impact sur la valorisation numérique des lieux culturels après la période de confinement du Coronavirus. Nous sommes déjà en mesure de lire des articles parus sur le sujet⁹⁶. De nombreux sites culturels ont subi de plein fouet le confinement imposé quasiment du jour au lendemain, et ont commencé très rapidement à communiquer sur leurs visites virtuelles ou sur tous les éléments qu'ils étaient en mesure de partager par les réseaux sociaux et sur leurs sites web. L'UNESCO et l'ICOM viennent de publier deux rapports signalant que sur les 90 % de musées dans le monde ayant fermés sur cette période, 10 % ne pourront rouvrir leurs portes. Selon l'UNESCO, le travail de valorisation numérique antérieur à l'épidémie de COVID-19 a permis à tous de travailler sur cet acquis pour rester en partie accessible au public. Une toute petite partie de ces musées a même pu proposer en plus aux internautes des visites virtuelles de ses expositions.

L'ICOM signale ainsi l'impact que le virus a déjà sur les musées du monde. À ce jour, le déconfinement n'a pas encore permis à tous les équipements culturels d'accueillir normalement leurs publics. Parmi eux, 55,7 % des musées n'ont pas de personnel dédié à temps plein au numérique, et 18,3 % d'entre eux n'en ont pas du tout. Quant aux emplois dans le secteur, cette situation catastrophique laisse augurer un nombre important de pertes d'emplois ou une baisse drastique des salaires dans les prochains mois.

Toutes ces informations seront à creuser et à compléter dans les années à venir. Nous assisterons certainement à une hausse importante des investissements dans le numérique par les institutions culturelles. Elles vont devoir proposer de nouvelles solutions pour permettre au secteur de continuer de survivre, voire de se développer en ligne...

D'autres sujets de recherches beaucoup moins dramatiques seraient à étudier. Concernant les CIAP, nous avons évoqué l'importance des émotions et des sensations dans l'apprentissage et la compréhension d'un patrimoine par l'interprétation. Nous aurions aimé

⁹⁶ Voir à ce sujet l'article récapitulatif de l'agence {Correspondances digitales} : <https://correspondances.co/les-rapports-complets-de-lunesco-et-de-licom-sur-les-musees-dans-le-monde-face-au-covid-19-sont-desormais-accessibles/> vu le 29/05/2020

creuser cette question de l'utilisation des cinq sens dans la transmission du savoir et des messages dans les CIAP, et pensons qu'une étude sur le sujet pourrait fournir des informations utiles à l'ensemble des centres d'interprétations et musées de France.

La communication des CIAP et des institutions culturelles au travers de leurs projets scientifiques et culturels est, elle aussi, très intéressante. Nous avons observée que ces PSC vont du simple document en noir et blanc, sans mise en page particulière et sans la moindre illustration à des supports de communication très soignés, à l'image de celui d'Angers qui met en scène et valorise l'activité du service Angers Patrimoines. L'utilisation de la charte graphique des Villes et Pays d'Art et d'Histoire pour ce PSC est d'ailleurs à elle seule très intéressante.

Une autre question à étudier serait les raisons du déséquilibre dans les moyens mis en œuvre pour les CIAP et le label au niveau local et régional, abordé dans notre première partie. Il nous a manqué du temps et des informations pour aller plus loin dans notre recherche, mais nous pensons utile de revenir là-dessus. Connaître ces raisons pourrait aider les collectivités locales et les DRAC à mieux appréhender les CIAP et les projets de labellisation. Nous pensons que cette question pourrait peut-être aller au-delà des seules VPAH, d'ailleurs, mais toucher un grand nombre de labels gérés par les territoires.

Enfin, comme nous l'avons vu à l'évocation de la crise dans le milieu culturel provoquée par le Coronavirus, un travail de recherche sur les dispositifs de communication des CIAP entre supports papier et numérique pourrait être envisagé. Les applications numériques ont leurs limites, dues entre autres au manque de couverture réseau dans certains espaces, d'abord, et à leur utilisation par les visiteurs limitée à la durée de leur visite ensuite. Le papier, quant à lui, résiste encore et toujours au numérique et conserve une place déterminante dans le paysage des supports de communication. Angers, une nouvelle fois, est un cas parlant puisque le nombre de publications et leurs tirages annuels sont toujours très importants...

Nous concluons cette recherche sur ces quelques ouvertures, loin d'être exhaustives tant le sujet des CIAP et des institutions culturelles dans les territoires fourmillent de projets, de contraintes et d'idées nouvelles.

Nous tenons une nouvelle fois à remercier tous les professionnels rencontrés. Leur regard sur leur métier et leur environnement a été très enrichissant. Il nous a permis de mieux comprendre les enjeux d'un dispositif culturel dans lequel ils s'investissent chaque jour. Les CIAP ont de beaux jours devant eux, sous cette forme ou sous une nouvelle, à la fois plus souple et mieux cadré sur certains points par leur ministère de tutelle.

Bibliographie

1. Les CIAP, l'interprétation et la médiation

Ouvrages et documents scientifiques

Angers Patrimoines (sous la dir.). *Projet Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine*. Projet scientifique et culturel (PSC). Angers : Ville d'Angers, 2020.

Chaumier, Serge et Jacobi, Daniel (sous la dir.). *Exposer des idées : du musée au Centre d'interprétation*. Paris : Complicités, 2009. 200 p. (coll. Privée)

Chaumont, Stéphanie. *Les sites patrimoniaux culturels et touristiques : Innovations communicationnelles et développement des médiations vers les publics. Le cas du Château de Chambord en Val de Loire*. Mémoire de M2 Communication - Entreprises et Institutions - Culture et Tourisme. Neuilly-sur-Seine : Celsa-Sorbonne, 2015, 132p.

Eidelman, Jacqueline (sous la dir.). *Inventer des musées pour demain : Rapport de la mission Musées XXI^e siècle*. Paris : La documentation française, 2017. 249 p. (coll. Rapports officiels).

Nantes Métropole. *Le Chronographe : Projet scientifique et culturel*. Nantes : Nantes Métropole, 2018, 60p.

Terrisse, Marc. *Le centre d'interprétation dans tous ses états : un équipement à la frontière du musée et du parc d'attractions*. - Paris : Complicités /éditions de l'OCIM, 2017. 172 p. (coll. Muséo-expographie).

Articles scientifiques

Bessard, Mélanie et Robine, Nolwenn. Les centres d'interprétation dans leur relation à la recherche et à la diffusion. *Lettres de l'OCIM*, septembre - octobre 2008, n°119, pages 12 à 17.

Chaumier, Serge et Jacobi, Daniel. Nouveaux regards sur l'interprétation et les centre d'interprétation. - *Lettres de l'OCIM*, septembre - octobre 2008, n°119, pages 4 à 11.

De Bideran, Jessica. L'augmentation du patrimoine urbain, une exploration informationnelle. *Sciences du Design*, Janvier 2016, n°3, pages 59 à 70

Jacobi, Daniel et Jeanneret, Yves. Du panneau à la signalétique : lecture et médiations réciproques dans les musées. *Culture et Musées : La muséologie, 20 ans de recherches*, 2013, Hors-série, p.47 à 72.

Jacobi (Daniel). La délectation culturelle à l'ère du tourisme de masse. *Communication et langages*, 2017, n°191, pages 15 à 27.

Navarro, Nicolas. Les animateurs de l'architecture et du patrimoine au sein du label « Ville et Pays d'art et d'histoire » : construire une légitimité face aux acteurs des politiques publiques locales du patrimoine. *In Situ, Revue des patrimoines : Au regard des métiers du patrimoine*. 2016, n°30|2016, pages 204 à 220.

Navarro, Nicolas. Politiques patrimoniales et touristiques des territoires : Les centres d'interprétation de l'Architecture et du Patrimoine. *Culture et Musées : Tourismes et médiations des patrimoines*. 2014, n° 23, pages 87 à 107.

Pagès, Dominique. La démocratisation culturelle et les promesses des médiations culturelles numériques : mirage ou tournant ?. *Quaderni : Médiations culturelles numériques*. Hiver 2019/2020, N°99/100, pages 97 à 112.

Ouvrages professionnels et institutionnels

De la Provôté, Sonia et Dagbert, Michel. Les maires face au patrimoine historique architectural : protéger, rénover, valoriser : Rapport d'information fait au nom de la délégation aux collectivités territoriales. Paris : Sénat. 13 Mai 2020, n° 426 (2019-2020).

Ministère de la Culture et de la Communication. *Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine : Mode d'emploi*. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, 2007. 80 pages.

Ortiz, Marylise (sous la dir.), de Bideran Jessica et al. *Valorisation numérique des patrimoines*. Bordeaux : Sites et cités remarquables de France, 2017. 56 pages.

Ortiz, Marylise (sous la dir.). *Quels outils de médiation et de participation citoyenne dans les Sites Patrimoniaux Remarquables ?* Bordeaux : Sites et cités remarquables de France, 2019. 44 pages.

Destination Angers. *Bilan de l'activité touristique 2018*. Angers : Destination Angers, 2019. 15 pages.

Sites et pages web

Actu.fr. *Ouverture du CIAP, un carré où le patrimoine est VIP* [en ligne].

Date de publication : 22 septembre 2017. Disponible sur : https://actu.fr/ile-de-france/pontoise_95500/ouverture-du-ciap-un-carre-ou-le-patrimoine-est-vip_12335067.html

[Consultée le 16.05.2020]

Agence française pour la biodiversité. *Concepts et démarches de l'interprétation n°20 : Outils d'accueil et d'interprétation.* [en ligne]. Date de publication : 17.11.2014. Disponible sur : <http://ct20.espaces-naturels.fr/les-principes-de-base>
[Consulté le 08.02.2020]

Arts-Actualités-Informations-Médias. Ouverture de l'espace « Bordeaux Patrimoine Mondial » place de la bourse. [En ligne]. Date de publication : 25 février 2014. Disponible sur : <http://www.aaim.tv/ouverture-de-lespace-bordeaux-patrimoine-mondial-place-de-la-bourse/> [Page consultée le 16.08.2020]

Associations des animateurs de l'architecture et du patrimoine. *CIAP / État des lieux / Février 2019.* UMAP. Date de publication : 02.2019. Disponible sur : http://umap.openstreetmap.fr/fr/map/ciap-etat-des-lieux-fevrier-2019_293117#6/45.506/-5.010. [Consultée le 23.07.2019]

Conseil de l'Europe. *Convention-cadre du Conseil de l'Europe sur la valeur du patrimoine culturel pour la société (dite Convention de Faro).* [en ligne]. Date de publication : 27.10.2005. Disponible sur : <https://www.coe.int/fr/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/0900001680083748> [Consulté le 09.02.2020]

Dijon Métropole. *Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine* [en ligne]. Date de dernière mise à jour : 12 mai 2020. Disponible sur : <https://www.metropole-dijon.fr/Grands-projets/Centre-d-interpretation-de-l-architecture-et-du-patrimoine> [Page consultée le 23/08/2020]

DRAC Auvergne-Rhône-Alpes. *Art et Histoire en Auvergne-Rhône-Alpes - Patrimoine des Villes et Pays d'Art et d'Histoire* [en ligne]. Date de publication : 13 avril 2017. Disponible sur : <https://vpah-auvergne-rhone-alpes.fr/> [Consultée le 7 mai 2020]

DRAC Nouvelle Aquitaine. *Ville et Pays d'Art et d'Histoire en Nouvelle Aquitaine : 28 territoires à découvrir* [en ligne]. Date de publication : 18 août 2018. Disponible sur : <https://www.vpah-nouvelle-aquitaine.org/> [Consultée le 7 mai 2020]

DRAC Occitanie. *Villes et Pays d'Art et d'Histoire* [en ligne]. Date de publication : 1^{er} avril 2018. Disponible sur : <https://www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Occitanie/Patrimoines-et-architecture/Villes-et-Pays-d-art-et-d-histoire> [Consultée le 15 mai 2020]

Légifrance. *LOI n° 2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux musées de France* [en ligne]. Date de publication : 14 mai 2014. Disponible sur : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000769536&categorieLien=id> [Consultée le 7 mai 2020]

Le Parisien.fr. *Pontoise ouvre un musée high-tech pour valoriser son patrimoine* [en ligne].

Date de publication : 14 septembre 2017.

Disponible sur : <http://www.leparisien.fr/val-d-oise-95/pontoise-ouvre-un-musee-high-tech-pour-valoriser-son-patrimoine-14-09-2017-7260561.php> [Consultée le 16 mai 2020]

Le Parisien. *Pontoise : le tribunal du XVII^e siècle transformé en vitrine du patrimoine.* [En ligne]. Date de publication : 16 février 2007. Disponible sur : <https://www.leparisien.fr/val-d-oise-95/pontoise-le-tribunal-du-xvii-e-siecle-transforme-en-vitrine-du-patrimoine-16-02-2017-6687207.php> [Page consultée le 30 août 2019]

Ministère de la Culture. *Label « Ville et Pays d'Art et d'Histoire* [en ligne].

Date de publication : 31 octobre 2019.

Disponible sur : <https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Architecture/Architecture-et-cadre-de-vie/Label-Ville-et-Pays-d-art-et-d-histoire2> [Consultée le 06.05.2020]

My Angers Info. *Un nouveau lieu culturel émergera dans l'ancien RU des Beaux-arts à Angers en 2020* [en ligne]. Date de publication : 15 mai 2018. Disponible sur :

<https://www.my-angers.info/05/15/un-nouveau-lieu-culturel-emergera-dans-lancien-ru-des-beaux-arts-a-angers-en-2020/71825> [Consultée le 24 janvier 2020]

Office de tourisme de Plaine Commune. *Ville et pays d'art et d'histoire* [en ligne]. Date de publication : 12.2015. Disponible sur : <https://www.tourisme-plainecommune-paris.com/decouvrir/patrimoine/villes-et-pays-d-art-et-d-histoire> [Consultée le 05.01.2020]

Ville d'Angers. *Fiches patrimoine* [en ligne]. Date de publication : 6 mai 2019.

Disponible sur : <http://www.angers.fr/vivre-a-angers/culture/patrimoine/angers-patrimoines/ressources/fiches-patrimoine/index.html> [Consultée le 23 mai 2020]

Ville d'Angers. *Procès-verbal du conseil municipal du 29 octobre 2018* [en ligne].

Date de publication : inconnue

Disponible sur :

http://www.angers.fr/fileadmin/plugin/tx_listconseil/52970_conseil_municipale_pv_du_29_10_2018.pdf [Consultée le 26 juillet 2019]

Ville de Bordeaux. *Bordeaux Patrimoine Mondial* [en ligne].

Date de publication : 12 février 2018

Disponible sur : <http://www.bordeaux.fr/p128626/centre-d-interpretation-bordeaux-patrimoine-mondial> [Consultée le 15.05.2020]

Ville de Dijon. *Dijon en fascicules* [en ligne]. Date de publication : 28 février 2019

Disponible sur : <https://patrimoine.dijon.fr/dijon-fascicules> [Consultée le 15.05.2020]

Ville de Pontoise. Le Carré Patrimoine (CIAP) [en ligne]. Date de publication : 14.08.2017

Disponible sur : <https://www.ville-pontoise.fr/equipement/carre-patrimoine-ciap>.

[Consulté le 05.01.2020]

4. Les publics

Ouvrages et documents scientifiques

Esquenazi, Jean-Pierre. - *Sociologie des publics*. Paris : éditions de La Découverte, 2009. 128p. (coll. Repères).

Ministère de la Culture, Département des études, de la prospective et des statistiques. *Chiffres clés 2019 - Statistiques de la culture et de la communication*. Paris : Les presses de Sciences Po/Ministère de la Culture - Département des études, de la prospective et des statistiques, Mai 2019. 302 p.

Ministère de la Culture, Département de l'innovation numérique (SG/SCPCI). *Déploiement de projets de Gestion de la Relation Contacts (GRC) au sein des institutions culturelles*. Paris : Ministère de la Culture - Département de l'innovation numérique (SG/SCPCI), Janvier 2020. 45 pages.

Articles scientifiques

Davallon, Jean et Triquet, Éric. Le « public », enjeu stratégique entre scientifiques et concepteurs. *Publics et musées : Du public aux visiteurs (sous la dir. de Joëlle Le Marec), 1993, n°3, pages 67 à 90.*

Le Marec, Joëlle. Le public, le tact et les savoirs de contact. *Communication et Langages, 2013/1, n° 175, pages 3 à 25.*

Le Marec, Joëlle. Le public : définitions et représentations. *Bulletin des bibliothèques de France : Entre offre et demande, 2001 - volume 46, n°2. Pages 50 à 55.*

Végopoulos, Hécate. Le travail touristique et l'oubli. L'impensé de la fatigue dans la pratique du tourisme. *Communication et langages, 2017, n°191, pages 115 à 128.*

Sites et pages web

DRAC des Pays de la Loire. Territoires et Publics. [En ligne]. Date de publication : 15 juillet 2020. Disponible sur : <https://www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Pays-de-la->

[Loire/Actualite/La-DRAC/Pole-creation-industries-culturelles-et-actions-culturelles-et-territoriales/Territoires-et-publics](#) [Page consultée le 30 juillet 2020]

Ministère de la culture, Département de l'innovation numérique (SG/SCPCI). La donnée au service des publics : un guide pour les institutions culturelles. [En ligne]. Date de publication : 1^{er} janvier 2020. Disponible sur : <https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Innovation-numerique/Soutien-a-l-innovation/La-donnee-au-service-des-publics-un-guide-pour-les-institutions-culturelles>

[Page consultée le 27/07/2020]

Vivre en Côte d'Or. Quel bilan pour la saison touristique 2019 de Dijon métropole ? [En ligne]. Date de publication : 25 septembre 2019. Disponible sur : https://www.echodescommunes.fr/actualite_3001_quel-bilan-pour-la-saison-touristique-2019-de-dijon-metropole.html

[Page consultée le 13/05/2020]

5. La communication

Ouvrages professionnels

Adary, Assaël, Mas, Céline et Westphalen, Marie-Hélène (sous la dir.). *Communicator*. 8^e édition. Paris : Dunod, 2019. 638p. (coll. Livres en or)

6. Généralités

Articles scientifiques

Agamben, Giorgio. Théorie des dispositifs. - *Po&sie*, 2006, n°1/115, pages 25 à 33.

Appadurai Arjun, The production of locality, In Fradon R. (dir.) *Couterworks : Managing the diversity of knowledge*. New York, Routledge, 1995.

Debarbieux Bernard. Le lieu, le territoire et trois figures de rhétorique. *Espace géographique*, tome 24, n°2. 1995. Pages 97-112.

Debarbieux Bernard. Le lieu, fragment et symbole du territoire. *Espaces et sociétés*, 1995/1, n°80. 1995. Pages 13 à 36.

Debarbieux Bernard. Construits identitaires et imaginaires de la territorialité : variations autour de la figure du « montagnard ». *Annales de géographie*, tome 2, n°660-661. 2008. pp. 90-115

Gigot Mathieu. Des effets paradoxaux de l'action publique patrimoniale : entre valorisation des spécificités urbaines et standardisation des espaces centraux historiques. Presses

Universitaires de Rennes / Revue Norois, n°249, 2018/4. Pages 7 à 20.

Raffestin Claude. Repères pour une théorie de la territorialité humaine. Cahier / Groupe Réseaux, n°7, 1987. Pages 2 à 22.

Verschambre Vincent. Une mémoire urbaine socialement sélective : Réflexions à partir de l'exemple d'Angers. Les Annales de la recherche urbaine : Ce qui demeure, n°92, 2002. Pages 65 à 73

Document Institutionnels

Dijon Métropole. *Rapport d'activité de Dijon Métropole 2018.* Dijon : Dijon Métropole, Juin 2019. 80 pages.

Sites et pages web

Académie française. *Dictionnaire de l'Académie française.* 9^e édition. [en ligne]. Date de publication : 7 février 2019. Disponible sur : <https://www.dictionnaire-academie.fr/>
[Consulté le 09.02.2020]

Davasse, Julie. *Accro(c) au futur musée des collectionneurs d'Angers ?* [en ligne]. Date de publication : 21.09.2018. Disponible sur :
<http://www.formation-exposition-musee.fr/l-art-de-muser/1750-accro-c-au-futur-musee-des-collectionneurs-d-angers>.

[Consulté le 22.09.2019]

Debarbieux Bernard, "Le lieu, le territoire et trois figures de rhétorique", In : Espace géographique, tome 24, n°2. 1995. pp. 97-112

ICOM. *Définition du musée* [en ligne]. Date de publication : 25.07.2019.

Disponible sur : <https://icom.museum/fr/activites/normes-et-lignes-directrices/definition-du-musee/>. [Consulté le 28.09.2019]

Journal officiel. *LOI n° 2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux musées de France* [en ligne].

Date de publication : 5.01.2002. Disponible sur :

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000769536&categorieLien=id>

[Consulté le 08.05.2020]

Larousse. *Définition de Communication.* [en ligne]. Date de publication : inconnue.

Disponible sur :

<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/communication/17561?q=communication#1742>

9

[Page consultée le 9.02.2020]

Ministère de la culture. *Communiqué de presse : Franck Riester, ministre de la Culture, annonce la labellisation de onze nouvelles Maisons des Illustres* [en ligne].

Date de publication : 23 janvier 2020

Disponible sur : <https://www.culture.gouv.fr/Presse/Communiques-de-presse/Franck-Riester-ministre-de-la-Culture-annonce-la-labellisation-de-onze-nouvelles-Maisons-des-Illustres>

[Consultée le 08.05.2020]

Ministère de la Culture. *Création du ministère* [en ligne]. Date de publication : 24 avril 2017.

Disponible sur : <http://www.culture.gouv.fr/Nous-connaitre/Decouvrir-le-ministere/Histoire-du-ministere/L-histoire-du-ministere/Creation-du-Ministere>

[Page consultée le 09.05.2019]

Ministère de la culture. *Villes et Pays d'Art et d'Histoire, un label, un réseau* [en ligne]. Date de publication : 20 décembre 2008

Disponible sur : <http://www.vpah.culture.fr/label/label.htm>

[Consultée le 18.04.2020]

Ville de Bordeaux. *Bordeaux culture* [en ligne].

Date de publication : 1^{er} mars 2013.

Disponible sur : <http://www.bordeaux.fr/p82366/bordeaux-culture>

[Page consultée le 16.05.2020]

Annexes

Annexe I - Entretien avec Charlotte Saint-Jean, AAP de Plaine commune	134
Annexe II - Entretien avec Stéphanie Vitard-Gibiat, AAP d'Angers	148
Annexe III - Entretien avec Pauline Prévot, AAP de Pontoise	154
Annexe IV - Guide d'entretiens avec les animatrices de l'architecture et du patrimoine	172
Annexe V - Tableau des CIAP et VPAH de France	173
Annexe VI - Cartes des CIAP ouverts, en projet ou non envisagés.	174
Annexe VII - Liste des CIAP de France ouverts en février 2019	175
Annexe VIII - Tableau de ratio m ² /fréquentation des CIAP en 2018.....	176

Annexe I - Entretien avec Charlotte Saint-Jean, AAP de Plaine commune

Le projet de CIAP de Plaine Commune m'a semblé intéressant à étudier car son animatrice de l'architecture et du patrimoine, Charlotte Saint-Jean, travaillait encore à sa conception lors de notre entretien. Ma recherche portant sur l'approche communicationnelle des CIAP en émergence et sur la question de leurs publics, il me semblait important de prendre une photo à un instant T de la réflexion portée sur ces publics et sur la façon dont la communication était impliquée avant la mise en œuvre d'un projet tel que celui-ci. Le projet du CIAP de Plaine Commune était également intéressant par ses particularités, et par les difficultés que rencontre Mme Saint-Jean dans sa mise en œuvre. Cela me permet d'effectuer une comparaison avec le CIAP d'Angers, un lieu qui a le même rôle mais qui ne peut fonctionner de la même façon.

Nous nous sommes rencontrées dans les bureaux de la communauté de communes Plaine Commune le 17 juillet 2019.

C : Pouvez-vous vous présenter rapidement, ainsi que Plaine Commune, s'il vous plaît ?

Je suis Charlotte Saint-Jean, animatrice de l'architecture et du patrimoine depuis octobre 2017 et je travaille à la mission Tourisme et patrimoine, plus largement au sein d'un service qui s'appelle le « développement local ».

Dans le développement local, il y a à la fois le tourisme, le patrimoine, avec deux chargés de développement touristique - moi-même, plutôt sur le patrimoine, le label, et une personne qui est **sur les Foires des savoir-faire** et l'accompagnement des porteurs de projets en métiers d'arts et de la création, des artisans, des artistes -, et un autre volet qui porte sur tout ce qui concerne l'économie sociale et solidaire ainsi que les métiers d'arts et de la création. Ils aident des porteurs de projets du territoire ou de l'extérieur à se développer ici, pour monter des projets vertueux d'économie sociale et solidaire.

Plaine Commune, ce sont neuf villes. C'est un établissement public territorial de la première couronne parisienne, 430.000 habitants, qui a effectivement des compétences très vastes, comme dans toutes les intercommunalités actuelles. Mais effectivement, la rénovation urbaine, l'aménagement, le développement économique, la propreté, la voirie, tout un tas de compétences s'y retrouvent, et au sein du développement économique, le tourisme.

Je me suis raccrochée au patrimoine puisque le label a été attribué par le ministère en 2015. Il a vraiment été porté dans un objectif de développement touristique. La compétence tourisme a été transférée par les villes à Plaine Commune dès 2002-2003, c'est donc assez ancien. Il faut savoir que pour le tourisme, ici, on a un document-cadre qui dure cinq ans. C'était un schéma touristique, communautaire auparavant, territorial aujourd'hui ; dans le schéma précédent, il y avait l'objectif d'obtenir le label, ce qui a été concrétisé en 2015. Aujourd'hui, on est dans le schéma 2018-2022.

C : Comment la création du CIAP s'intègre-t-elle là-dedans ? J'ai pu voir sur Internet qu'il y avait un projet qui existait déjà depuis plusieurs années...

(Interloquée :) Vous avez vu des choses sur Internet ?

Oui...

Parce qu'il n'y a pas grand-chose sur le label et Plaine Commune sur Internet... (elle sourit, amusée et intriguée...). Il y en a sur « Sites et cités remarquables », ça voilà...

On ne communique pas du tout sur le label, ici. Enfin... ça s'explique pour deux raisons, je pense :

1/ parce qu'on considère encore que le label est un peu nouveau, il n'est pas très ancien, bon... et donc pas très connu.

Et 2/ parce qu'on communique par un autre biais de communication qui est « Territoire de la culture et de la création », qui est en fait le contrat de développement territorial dans le cadre de la métropole du Grand Paris.

« Territoire de la culture et de la création », c'est dire qu'on insuffle la culture, l'art dans toutes les politiques publiques en général, mais surtout dans toutes les opérations qui vont venir faire muter le territoire, donc l'aménagement, la rénovation urbaine, etc.

Donc effectivement, y a ces deux volets qui font qu'aujourd'hui, normalement, on ne trouve pas grand-chose sur le label quand on cherche « Label Villes et pays d'art et d'histoires - Plaine Commune ». C'est un peu frustrant, mais on y travaille.

Il n'y avait pas de projet de CIAP ici sur le territoire, à l'échelle de neuf villes. En fait, il y avait un projet de CIAP à Saint-Denis, à la Fabrique de la ville. La Fabrique de la ville, je ne sais pas si vous connaissez, c'est cet échafaudage sur une maison qui est vraiment à toute proximité du parvis de la basilique. C'est une maison qui raconte l'histoire de la ville, ses

changements, à travers ce bâti un peu spécifique, et à travers des fouilles qui ont été faites depuis 20 ans sur le centre-ville de Saint-Denis.

On a toujours dit que la Fabrique de la ville était un centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine, mais pas comme on l'entend au ministère. C'est génial à visiter, c'est incroyable, les médiateurs sont géniaux, mais on y voit des fouilles, on voit cet échafaudage, on monte dessus, on a plusieurs vues sur le bâti et sur la ville, mais on a peu d'outils... On a quelques outils de médiation, il y a un puzzle-maquette du territoire.

L'unité d'Archéologie de la ville de Saint-Denis fait pas mal de choses en termes d'action pédagogique, le Mercredi de l'archéo, etc., mais c'est très tourné « archéo » et « Saint-Denis ». On reste sur une échelle plutôt municipale, en fait.

Donc c'est ce projet-là, je pense, que vous avez dû voir...

Oui, tout à fait. Et donc là, le projet qui existe actuellement va se répartir sur l'ensemble des neuf communes ?

L'idée c'est d'avoir un CIAP qui parle du territoire, puisque c'est Plaine Commune qui est labellisée. C'est vrai que tout le monde ne sait pas ce qu'est Plaine Commune, mais on parle souvent d'un point de vue touristique et patrimonial de Saint-Denis, pour la basilique, pour le Stade de France, de Saint-Ouen, pour les Puces, de Saint-Ouen, surtout, mais beaucoup moins des autres villes, alors qu'en fait il y a des richesses patrimoniales un peu partout.

On a fait une étude de définition et de programmation qui a duré toute l'année dernière, en 2018, avec un groupement qui s'appelle In-Extenso TCH et qui nous a permis de définir un peu les grandes orientations de ce qu'on voulait faire.

On voulait partir sur un CIAP en réseau, c'est-à-dire sur plusieurs lieux. Pas forcément un pour chaque ville, mais plutôt des lieux où ça a une cohérence, où ça s'explique en termes de flux, où il y a une pertinence à avoir un équipement de ce type.

Mais toujours des lieux, s'ils existent, qui soient à une échelle de neuf villes, avec sans doute un volet plus thématique par rapport à la ville d'implantation, mais ça je vous l'ai expliqué.

C'est le projet de départ. On était parti sur un CIAP mobile, adapté de l'exposition permanente. On créerait des CIAP en réseaux, mais ça pour le moment je l'ai laissé un peu en stand-by parce que je trouve que les propositions qui ont été faites par le cabinet n'étaient pas très originales.

L'idée c'était aussi de se dire que le CIAP irait au plus près des publics, notamment dans les villes où il n'y aurait pas d'antenne physique. Je pense à Pierrefitte : on ne fera pas un CIAP à Pierrefitte, voilà. Mais par contre, on peut se dire qu'avec le CIAP mobile, on a un médiateur

culturel, un archiviste, un responsable de centre de loisirs, etc., qui peuvent se servir de ça pour faire connaître l'histoire du territoire.

On était parti là-dessus, ce sont les grandes orientations de l'étude de l'année dernière. Le cabinet nous a donc proposé de concrétiser cette expo permanente du CIAP, avec trois volets. Le premier volet raconte sous la forme d'une frise chrono toute l'histoire du territoire, de sa période la plus ancienne à la période la plus contemporaine et même aux grands projets qui font aussi muter Plaine Commune aujourd'hui.

Il y avait un deuxième volet plutôt axé cartographique sur des thématiques patrimoniales. En fait l'idée c'est... Ces villes travaillent ensemble depuis longtemps. Plaine Commune, c'est une agglomération ancienne, qui date du Stade de France de 98, enfin 2000, mais ce qui est moins ancré, c'est qu'elles ont une histoire commune très forte, vraiment, et qui ne se construit pas qu'autour de l'abbaye de Saint-Denis, mais aussi autour de l'histoire de l'agriculture, de l'histoire industrielle. Donc elles ont des thématiques patrimoniales, d'histoire sociale, qui sont assez fortes. L'idée du volet 2 du CIAP, c'est de faire du lien entre les villes et de montrer que tout est lié, plutôt à travers une dimension carto...

Deux volets, frise chrono, carto, thématiques, et ensuite un troisième volet qui dépendra plutôt du lieu d'implantation, où on parle plutôt de la ville en fonction de ses grands sites patrimoniaux, de ses grands événements marquants.

On a choisi un premier lieu d'implantation sur lequel on avait un peu la main, qui est l'Espace patrimoine à Saint-Ouen. En fait, pour tout vous expliquer, on s'était dit qu'on ne pourrait pas créer un lieu *ex nihilo*. Enfin, on est tous dans le même bateau dans les collectivités. On a de moins en moins de ressources financières. C'est très difficile de défendre des budgets très importants pour créer des lieux où il y aura des charges de personnel, des charges courantes, d'entretien, de maintenance, etc.

Et du coup l'idée c'était plutôt de s'appuyer sur des lieux qui existaient déjà.

Donc on a un office de tourisme à Saint-Ouen, avec un nouveau point d'accueil touristique, dans les Pucelles de St-Ouen et un espace qui avait été dédié depuis le départ à l'accueil d'un CIAP.

C'est un petit espace, ça fait 45 m², donc c'est d'autant plus *challengeant*, je trouve, mais du coup, l'idée c'est que cet espace est ouvert, il y a des conseillers en séjour de l'office de tourisme qui y travaillent, on n'aura pas besoin d'avoir des moyens supplémentaires pour avoir quelqu'un qui soit tout le temps sur place et qui puisse ouvrir et fermer la boutique.

Là, l'idée, c'est d'avoir les conseillers en séjour, de les former pour qu'ils puissent parler du CIAP et que moi je puisse, peut-être, ponctuellement faire des choses. Mais je ne suis pas du tout dans le rôle de l'animateur, comme dans d'autres villes ou d'autres pays, qui va faire des ateliers dans les classes, qui va effectivement animer une visite. Moi je suis vraiment à l'échelle de neuf villes, et du fait qu'on n'ait pas non plus la compétence culture à Plaine Commune - ça je ne l'ai pas dit tout à l'heure, c'est une compétence qui est restée aux villes - moi je suis vraiment dans de la coordination un peu plus haut niveau, pour mettre un petit peu en réseau les acteurs et pour faire émerger des projets communs collectifs.

Ça sera la première concrétisation du CIAP telle qu'on l'a défini, avec effectivement l'idée qu'aujourd'hui le label, comme je vous le disais, personne ne sait ce que c'est. Il n'est pas très, très connu, même si on ne manque pas de pédagogie.

Donc le CIAP, cette première concrétisation, on espère que ça rendra un peu tangible le label sur le territoire de Plaine Co.

[C'est une difficulté, ce peu de connaissance du label des Villes et Pays d'Art et d'Histoire, du nom de CIAP... ?](#)

Oui, je pense que c'est une difficulté, pas forcément quotidienne. J'ai l'impression que depuis que je suis arrivée, ça va un peu mieux. Enfin, en tout cas, je pense que la difficulté c'est vraiment d'avoir ici une direction de la Communication et des Partenariats culturels, qui du coup porte vraiment avec beaucoup d'ambition ce label « Territoire de la culture et de la création ». On a une chargée de mission Territoire de la culture et de la création, et du coup moi je suis portée par la direction du Développement économique, (hésitation chez elle)... Voilà, je ne fais pas beaucoup de développement économique en fait. Donc je pense que c'est aussi une question d'organigramme. Je pense que le label - même si je ne veux pas changer pour autant de direction, je suis très bien où je suis - aurait plus d'aura, plus de visibilité, effectivement, s'il était porté par la direction de la Communication et des Partenariats culturels. Et ça aurait du sens, parce que le lien Territoire de la culture et la création avec le label serait un peu le volet patrimonial de cette démarche sur la culture et la création. Mais bon (elle rit, hésite) ... Voilà.

Ce sont des difficultés d'organisation, en fait, qui ne changeront pas je pense.

[... D'ici la création du CIAP ?](#)

Non, non, après ça veut pas dire qu'on ne bosse pas. On bosse beaucoup avec nos collègues de la communication, notamment sur le projet du CIAP. Là on travaille dans l'étude de 2018 : on avait aussi intégré dans le cahier des charges pour le groupement le fait de nous proposer

déjà une sorte d'identité graphique pour le CIAP. Donc ils ont y travaillé, ils doivent me renvoyer la dernière version. Et ça c'est quelque chose qu'on a travaillé en direct avec nos collègues de la communication.

Moi je ne suis pas chargée de com' en fait.

J'ai pas du tout ce... Je n'ai pas fait d'études de communication, même si j'ai quelques idées, effectivement, d'un point de vue graphique, sur certaines choses. Si on ne les a pas eues, je pense qu'on fait des choses qui ne vont pas (elle rit). On ne choisit peut-être pas forcément bien.

Donc c'est une relation continue qui se fait. Mais effectivement on va lancer le CIAP, enfin on se relance dans une deuxième étude qui concrétise vraiment les choses.

Si j'avais décidé, je n'aurais pas fait l'étude précédente. Elle a été lancée quand moi je suis arrivée en poste, c'est-à-dire que le cahier des charges était déjà fait, etc. Je ne suis pas sûre qu'il y a un besoin de... aujourd'hui en fait cette étude de définition et de programmation... on savait déjà un peu tout ce qu'elle nous a dit. Ça a permis d'engager une dynamique avec les villes, avec les différents acteurs. Par contre, faire un CIAP à Saint-Ouen, on le savait déjà, dans cet espace-là, puisque c'était le seul espace où on avait un peu la main. Les volets, on aurait pu un peu les deviner si on avait fait quelques recherches...

Par contre, l'étude qu'on lance là est une étude de muséographie, qu'on a déjà lancée d'ailleurs - j'ai reçu les candidatures, il faut que je les regarde, que je les étudie -, mais l'idée effectivement c'est d'avoir un muséographe qui nous suit sur la conception de l'expo, et qui nous aide ensuite à réaliser le CIAP en sélectionnant les scénographes qui pourront intervenir. On a fait précéder cette question de l'identité graphique à ce travail. C'était déjà bizarre de mettre cette question d'identité graphique dans l'étude précédente alors qu'on n'a rien de concret.

Je pense qu'il vaut mieux partir de l'identité graphique, elle se travaille par rapport à quelque chose qu'on concrétise. Un travail scéno, j'imagine que ce sont plus les scénographes qui ont des graphistes dans leurs équipes et qui peuvent concevoir une identité graphique. Donc on se dit : « on a une identité graphique, on verra si elle peut être inspirante pour les scénos. On s'en servira, c'est bien, on ne s'en servira pas tant pis », mais du coup on tâtonne un peu. Mais c'est normal je pense. J'espère.

[Vous avez étudié la question des publics aussi je suppose ?](#)

Dans l'étude, oui.

Vous avez quel type de public sur les différents lieux ? Je suppose qu'ils sont différents, d'un point à l'autre ?

En fait on a un lieu, cet espace à Saint-Ouen. Après, l'idée c'est d'avoir d'autres lieux, sous réserve d'une mobilisation des villes. C'est-à-dire qu'on identifie peut-être le fait de faire un CIAP à Saint-Denis notamment - moi c'est un peu mon rêve, mais après je sais pas si ça se fera ou pas - au musée d'Art et d'Histoire, puisque c'est quand même un beau lieu, qui a tout une aile - je crois que c'est l'aile ouest - qui est vide, ou alors la chapelle, où ils font aujourd'hui des expos d'art contemporain. On pourrait faire un CIAP de fou là-dedans.

Donc on identifie des lieux comme ça, surtout à Saint-Denis/Saint-Ouen, finalement, Aubervilliers un peu moins. Aujourd'hui les publics qu'on touche ce ne sont pas les publics classiques du CIAP, c'est-à-dire... si, quelque part.

Disons qu'on touche foncièrement beaucoup d'habitants. Ça, c'est le public classique CIAP, d'habitants de la ville. Je vais parler peut-être de Saint-Ouen en premier : sur l'espace touristique aujourd'hui, c'est du tourisme de masse, ce sont des Américains qui viennent visiter le marché aux Puces. C'est de la clientèle touristique plutôt étrangère, et un peu de, oui, il doit y avoir un peu de clientèle française, mais en tout cas on est sur des touristes extérieurs.

Sur le tourisme plus francilien/habitant, c'est un peu moins le cas apparemment.

C'est-à-dire que ça vient un peu au fur et à mesure. Mais il faut savoir que ce lieu, ce point d'information-tourisme, a ouvert en 2017, donc il est aussi tout récent, même s'il a plus de visibilité sur... Il est sur la rue des Rosiers, donc c'est vraiment en plein cœur du marché aux Puces. Mais on est plus sur un tourisme étranger important, ou en tout cas un tourisme français mais qui est là pour quelques jours et qui vient visiter le marché aux Puces parce qu'il a son hôtel à Paris, etc.

Les habitants, ça vient un peu au fur et à mesure. Ceux qu'on ne touche pas du tout, c'est le jeune public. En tout cas pas sur Saint-Ouen. J'ai fait plusieurs essais d'ateliers, d'ateliers jeune public, architecture, ça a été des flops à chaque fois.

Alors soit c'est effectivement un problème de communication, soit c'est un problème d'identification du lieu, qui peut jouer, soit c'est le fait que des gens n'ont pas encore intégré qu'on peut faire des ateliers jeune public dans un espace touristique.

Donc ça c'est sur le lieu, sur ce point d'accueil à Saint-Ouen.

Après ça peut changer, je pense, avec le CIAP, parce que l'idée c'est quand même de faire connaître au plus grand nombre l'histoire du territoire, et en premier aux habitants. Après sur Saint-Denis, je ne pourrais pas vous parler des publics au musée d'Art et d'Histoire, si

potentiellement on faisait un CIAP à Saint-Denis, mais la proximité de la basilique fait qu'on pourrait peut-être effectivement avoir un mélange de publics. Parce que pour le coup, le musée d'Art et d'Histoire travaille beaucoup avec le jeune public et les publics du changement social. Ce serait des démarches de travail déjà beaucoup plus engagées par la structure. C'est sûr qu'on n'est pas du tout sur la même structure. On a un office de tourisme d'un côté et de l'autre côté un musée. C'est aussi ça qui joue.

Dans l'étude d'In-Extenso TCH, de toute façon, ils disent : « *Le CIAP, ça doit toucher tous les publics, les touristes étrangers, mais aussi le jeune public, mais aussi les habitants, mais aussi...* » Voilà. C'est pour ça que je dis que l'étude ne sert pas à grand-chose parce que je le savais déjà... (elle rit).

Bon an, mal an, je pense qu'on peut trouver. Finalement, ça dépendra vraiment du lieu d'implantation, même si mon idée c'est d'axer quand même sur le jeune public et sur le public habitants proches. Et dont le public qu'on dit « éloigné des structures culturelles », du champ social, etc.

Pour revenir au CIAP lui-même, vous avez certainement travaillé avec les membres du comité de pilotage, vous les avez peut-être nommés, ou ils étaient nommés, ils étaient peut-être en place... Le pilotage et le projet scientifique, le comité scientifique, etc. concernent qui ?

Comment on s'organise ?

Comment vous vous organisez, d'où viennent ces personnes... ?

Alors. Pour l'étude de l'année dernière, on a créé un comité de pilotage *ad hoc*, piloté par l' élu au développement local, qui est maire adjoint à la ville de Saint-Denis, Patrick Vassallo. Et dans le comité de pilotage, il y avait les directeurs des affaires culturelles des villes, des neuf villes, quand ils existaient. Il y avait aussi les élus culture des différentes villes, mais ils ne venaient pas forcément...

Quand c'est piloté par un élu Plaine Co, en général, bon... Soit ce sont les élus culture des villes, soit ce sont les élus tourisme/grands événements des villes, des directeurs des affaires culturelles. Après, moi je travaille avec des référents patrimoine sur les villes. Souvent, dans les directions des Affaires culturelles, j'ai une personne identifiée, parce qu'elle a la connaissance patrimoniale de sa ville. C'est souvent l'archiviste, parce que les archivistes font effectivement le travail de classement de documentation mais aussi de médiation et de connaissance, pour faire connaître leur fonds au public. Ou ça peut être aussi les chargés de mission Patrimoine, qui existent dans les directions des Affaires culturelles. Donc ça, c'est au

niveau des villes, c'est le comité de pilotage. Et dans le comité de pilotage, il y a aussi des partenaires extérieurs. La DRAC bien sûr. Sur la DRAC Île-de-France, c'était la conseillère Ville et Pays d'Art et d'Histoire, conseillère archi. Dans les partenaires extérieurs, j'ai le département de la Seine-Saint-Denis, où il y a un service du patrimoine culturel.

Je pourrais vous donner des noms après.

Y a un service qui existe depuis... depuis toujours en fait, où on a des historiens, des chercheurs, qui sont passionnants et qui sont là depuis longtemps.

Il y a la région, qui n'est pas beaucoup venue, mais il y a aussi un service patrimoine et inventaire à la région. Et puis après, j'ai des grosses structures du type des Archives nationales, qui sont sur le territoire. Sur Pierrefitte, j'ai la BF, qui ne vient pas non plus beaucoup. Ça c'est plutôt étatique. C'est déjà pas mal, là. Donc ça, c'était un peu le comité de pilotage constitué, même si tout le monde n'est pas venu. Ils ont validé au fur et à mesure les étapes de l'étude et les orientations qui étaient données.

Le comité scientifique avait été constitué à l'origine pour le dossier de candidature au label, c'est-à-dire avant que je n'arrive. Ils avaient fait un comité scientifique pour rédiger le dossier, avec ces personnes « ressources » dont je vous parlais et qui ont la connaissance sur les villes. Ce sont des gens que je réunis dans le conseil scientifique.

Au niveau des villes, on a les archivistes d'Épinay-sur-Seine, de Pierrefitte, de Saint-Ouen, d'Aubervilliers, on a la responsable du pôle Patrimoine de la ville de Saint-Denis, qui est la directrice de l'unité d'archéologie. Sur Stains aussi c'est une archiviste. On a les collègues du département, du service du patrimoine culturel, donc plutôt un historien et une architecte. On a la DRAC, la BF.

J'avais sollicité les archives aussi, avec l'idée d'associer des habitants, plutôt responsables associatifs, parce qu'on a quand même quelques assos un peu fortes en matière de patrimoine sur Plaine Commune, notamment une grosse asso qui s'appelle « Mémoire vivante de la Plaine », qui est sur l'histoire de La Plaine, sur Saint-Ouen, Aubervilliers, Saint-Denis. L'idée était de les mettre aussi dans le comité scientifique, mais ils ne sont pas venus la dernière fois. Ça, c'est le comité scientifique.

L'idée du comité scientifique est qu'il écrive, avec le muséographe et moi, le projet scientifique et culturel, et qu'il puisse être garant du propos scientifique qui sera à l'intérieur. On va se réunir de manière très régulière. On s'est réuni au préalable, avant qu'on ait sélectionné le muséo, pour se dire « comment est-ce qu'on va travailler ? Est-ce qu'on travaille sous des plénières comme ça, où on est tous ensemble ? Est-ce qu'on travaille par thématique

patrimoniale ? etc. ». À la fin, on se donne l'objectif d'écrire le PSC pour... je crois qu'on s'est donné, mais c'est un petit peu ambitieux, hein, d'ailleurs ça va arriver super vite, pour mars prochain. Avec l'idée d'avoir une relecture extérieure d'un historien qui n'aurait rien à voir, de quelqu'un qui connaîtrait bien le territoire, ou même qui ne connaîtrait pas très bien le territoire en fait, mais qui pourrait être garant du propos historique, scientifique, qu'on aura intégré à l'expo.

Du coup, le message que vous allez passer au travers de ce CIAP, ce serait ce que vous me disiez tout à l'heure, c'est-à-dire ce lien qu'il peut y avoir entre les neuf communes, que ce soit historique, urbanistique, etc. ? C'est le message principal que vous passez ?

C'est un peu l'idée... Oui c'est ça. C'est ce qui fait sens, en fait.

Montrer que c'est un territoire qui change très vite, qui a bougé, qui a beaucoup muté, qui continue beaucoup de bouger. Je me dis qu'en racontant son histoire, en s'appuyant sur le passé, on peut aussi mieux comprendre son avenir, et comment il change.

C'est un peu ça l'idée. Comment est-ce qu'on fait du sens à l'échelle de neuf villes ? Comment est-ce qu'on montre qu'on a 2 000 ans d'Histoire, qu'on ne sort pas de rien, qu'on n'est pas qu'une banlieue pop et jeune, en fait, qu'on a aussi une antériorité assez forte et que ça existe depuis longtemps ? Du coup, comment est-ce qu'on explique qu'aujourd'hui on soit en totale mutation, qu'on se transforme, qu'on ait toujours été finalement une terre de changement, d'immigration ? C'est montrer que ce territoire-là n'est pas si récent que ça et qu'il continue de changer. Comment est-ce qu'on arrive à expliquer ce changement ?

Je pense qu'aujourd'hui, si vous dites à un habitant qu'il habite à Plaine Commune, il ne sait pas ce que c'est. Enfin, peut-être qu'il se dit « quelles compétences... ? » Voilà, c'est une institution, il y a des compétences qui sont exercées. Mais par contre, moi, j'aimerais bien me dire que demain, s'il y a un CIAP, l'habitant de Saint-Ouen, l'Odonien, il se dise « ah tiens, c'est marrant, chez moi il y a du logement social - j'en sais rien, je dis n'importe quoi - y a Chemetov qui a fait la patinoire. Ah mais tu sais qu'en fait, il y a aussi Chemetov qui a fait un foyer à La Courneuve ? » Et ça a du sens parce que c'est le même courant d'architecture, parce que ça répondait à telle et telle question...

Ou alors que j'aie un Stanois qui se dise : « ah les Cités-jardins, c'est marrant, c'est le début du logement social. Mais tu savais qu'il y a aussi une Cité-jardin à Épinay ? » Voilà. Du coup tout ça a une cohérence. Et aujourd'hui : « ah, y a encore des Cités-jardins, et du coup qu'est-ce que t'en penses ? » Faire vraiment se questionner, oui, donner du sens à un territoire qui est souvent décrié, avec une image hyper négativée partout, alors que, je ne dis pas que tout est rose et que tout va bien, mais tout n'est pas si noir que ça.

Au milieu de tout ça, pour vous, la communication, elle apporte quoi ?

Pour moi la communication c'est quand même du... c'est du marketing territorial. Donc je ne sais pas, enfin...

Est-ce que ça vous apporte quelque chose, dans le projet ?

(Elle semble hésiter) Je suppose, enfin, il y a des plaquettes, il y a des choses qui sont faites et qui sont... Vous voulez dire la communication du ministère ?

Du ministère, qui va être traduite par vous pour votre territoire...

Je trouve que cette com', à l'échelle nationale, a du sens parce qu'elle donne une vraie unité, je dirais, une vraie dimension nationale.

Si on va dans un office du tourisme à Angers, on retrouve les mêmes plaquettes que si on va à Plaine Commune, même si nous on n'a pas une dimension touristique et patrimoniale qui fait sens pour tout le monde.

Donc, je me dis que cette com'-là, elle sert à montrer qu'on fait partie d'un réseau fort, et pour moi c'est une question de marketing. C'est-à-dire que je peux rapprocher Plaine Co d'Angers, de Bordeaux, ou de la métropole de Rouen. Voilà. Moi elle me sert à ça, et après... en tout cas, oui, pour du public qui a l'habitude de se balader un peu partout en France, pendant les vacances, qui est friand de visites, de se rendre dans un office de tourisme. Ce n'est pas le cas de tout le monde. Je ne sais pas si vous, vous allez souvent à l'office du tourisme, moi j'y vais tout le temps, en fait. Je vais quelque part, je vais à l'office de tourisme. Et c'est là que je me dis : « Ah, c'est Ville et Pays d'Art et d'Histoire, c'est cool ! »

Bon, c'est une déformation professionnelle, mais je me dis que quelqu'un qui va à Angers, et qui voit ça il se dit : « Ah dis-donc, à Plaine Commune, c'est la même chose ». Il arrive à la basilique, et il voit *Rendez-vous Plaine Commune*, et il se dit : « Ah, en fait, voilà, ce territoire, il n'y a pas que la basilique, il est aussi patrimonial, il a du sens ».

Donc ça me sert un peu à ça, je pense, à me raccrocher. Mais c'est du marketing pur, en fait. À se raccrocher vraiment au réseau national qui, pour moi, a un énorme sens et est très fort. En tout cas, je pense que ce sont des animateurs qui le portent vraiment. Je ne me mets pas dedans, mais je trouve qu'il y a vraiment une dynamique assez forte au niveau du réseau national. Et au-delà, j'aimerais bien que cette com' puisse être un peu plus... Nous c'est un peu difficile sur l'Île-de-France, en fait, parce qu'on est à Paris... Le réseau Île-de-France, peut-

être qu'il bénéficie moins de la com' que si vous allez dans un pays un peu plus rural, à Bordeaux, ou... Je n'en sais rien.

Il y a une visibilité moins forte ?

On nous oublie souvent (elle rit).

Vous vous sentez noyés dans la masse ?

Oui, mais forcément en fait... Les Pays de la Loire, je n'en sais rien, moi, l'Occitanie... finalement on a l'impression que ce sont des territoires un peu plus forts, qui sont peut-être mieux structurés et qui ne sont peut-être pas à proximité de la capitale comme nous, où il y a un nombre de choses à faire assez incroyable.

Du coup c'est vrai qu'on bénéficie peut-être moins de cet effet de marketing territorial dont peuvent bénéficier les autres sur d'autres régions, je dirais. Après ce n'est peut-être pas vrai, c'est mon avis personnel.

Vous me parlez tout à l'heure du service communication, qui était vraiment au sein de votre projet, et depuis le début...

Oui, la direction de la Communication.

Elle apporte ce genre de choses, ou elle va aller plus loin ? Est-ce qu'elle va travailler sur les publics, par exemple, ou sur d'autres thèmes ?

En fait, disons que la com' chez nous, c'est eux qui font ça, ce n'est pas moi (elle me montre le livret *Rendez-vous Plaine Commune*). Parce que je sais que dans certains territoires, ce ne sont pas les animateurs qui le font directement. Chez nous, la com' s'est emparée de la charte. Elle fait appel à un presta extérieur qui charte les documents de communication Villes et Pays d'Art et d'Histoire. Je trouve qu'ils se sont bien saisis de la charte. Je pense que vous n'avez jamais vu ce format. On essaie toujours de faire des choses un peu différentes. Donc normalement le *Rendez-vous*, c'est en petit comme ça (elle me montre le livret *Rendez-vous Plaine Commune*, et m'indique un espace rectangulaire en bas à gauche de la première de couverture), y a pas... Disons qu'on adapte un petit peu la charte, on fait un peu à notre sauce, mais ils ne travaillent pas du tout sur... La direction de la Communication et des Partenariats culturels, ce sont des chargés de communication mais ils ne bossent pas sur les questions

des publics. Il y a des chargés de communication, la chargée de mission Culture, Partenariats culturels, qui est sur « Territoire de la culture et de la création », et qui est assistée par une autre personne, mais elle ne bosse pas sur des questions de publics, je ne pense pas. Il n'y a pas d'étude de publics. On ne connaît pas nos publics, je pense. Enfin, pas plus que ça en fait, pas plus que ce que je vous ai dit, par rapport à l'office de tourisme.

Et vous pensez que c'est important, c'est intéressant de creuser cette question ?

Bah... (elle souffle, hésite). Non, je ne sais pas trop. Je pense que ça pourrait être intéressant effectivement, de savoir exactement qui vient, qui fait quoi... L'office de tourisme fait son étude, elle a des stats publiques. Je pense qu'on sait d'où viennent les visiteurs... Je ne les ai pas regardées avant de vous voir, mais ils ont des pourcentages, ils savent à peu près qui ils reçoivent, quel type de clientèle. J'imagine que chaque structure un peu forte a ça. On n'a pas de document qui recense l'ensemble en fait, donc on ne sait pas trop, ça reste toujours un peu vague... Du tourisme international et du francilien, un peu... enfin, beaucoup d'habitants dans certains points touristiques de l'office, mais c'est tout. C'est tout ce que je connais.

Ok, je crois qu'on a balayé un peu l'ensemble...

Elle me propose alors de me fournir plusieurs documents, dont une liste des CIAP de France et de leur communication, souvent inexistante, un lien vers la carte des VPAH et de leurs informations de base, utilisée pour ce mémoire, et m'explique la différence entre les associations de l'ANAAP, Association Nationale des Animateurs de l'Architecture et du Patrimoine, et de Sites et cités remarquables, qui regroupent des élus de VPAH. J'en profite pour lui demander si je peux avoir accès à l'étude réalisée par l'agence In-Extenso TCH ce qu'elle m'accorde volontiers, et son PSC, malheureusement pour moi toujours en cours de rédaction. Elle en profite pour m'apporter une sélection de brochures VPAH sur le patrimoine de Plaine Commune, et en vient à me parler d'un autre support qu'elle a réalisé avec des habitants de son agglomération.

Je vous montre, quand même, parce qu'en matière de com', ça peut être pas mal, même si ce n'est pas... en fait on ne l'utilise pas, ce n'est pas l'objet en tant que tel, finalement, qui a du sens pour nous mais on fait des cartes participatives avec des habitants, où on repère ce qui fait patrimoine, et ensuite ils dessinent le bâtiment qu'ils ont vu dans le quartier en linogravure.

Et donc ça, ce sont des cartes par exemple, que moi je trouve assez sublimes (elle me déplie l'une des deux) : là, c'est Pierrefitte-Villetaneuse, avec toujours l'idée de faire du lien. On avait

fait La Courneuve l'année dernière... Pierrefitte-Villetaneuse, ce sont de petites villes, mais La Courneuve, c'est immense. Et ça par exemple, vous voyez, la com' n'a jamais voulu s'en saisir (on sent une grosse déception dans sa voix, et dans son regard). Alors qu'on est typiquement sur des choses qui sont pour moi des cartes sensibles, participatives, voilà. Mais... (elle sourit, embêtée)... On les mettra dans le CIAP. Cette année, on fait Aubervilliers.

Donc c'est toute la difficulté ici, de ne pas être du tout porté en interne... pas beaucoup, en tout cas. Mais vous avez dû le voir en regardant le site, on ne parle pas du tout... Même pour ça, en fait, quand vous allez sur le site Internet, les balades, (elle baisse la voix) il n'y a pas UNE mention du label, donc c'est assez dingue !

Donc voilà, on n'utilise pas du tout à sa juste valeur, mais peut-être que ça va changer, hein... On ne sait jamais.

[Et ces cartes-communes, vous en faites une par an, c'est ça ?](#)

Oui, mais là on va s'arrêter. L'idée ce n'est pas de faire ça sur les neuf villes. L'idée du projet, c'était de travailler avec les publics des maisons de quartiers, des centres sociaux, et de leur faire connaître le patrimoine de leur ville. Là, on a expérimenté ça sur trois ans, moi je pense que c'est l'heure un peu du bilan, et qu'on change d'action, de médiation vis-à-vis de ces publics-là.

C'est un projet assez compliqué à expliquer, la balade urbaine ce n'est pas forcément... On s'en rend compte, au fur et à mesure, on expérimente aussi des choses, sur Plaine Co, mais ce n'est pas l'action de médiation la plus simple pour ce type de public. Et la linogravure, je ne sais pas si vous connaissez mais en gros, (elle rit) c'est quand même graver une plaque de linoléum, ce n'est pas non plus le plus simple du monde en vue de faire une carte... (elle grimace).

Je voudrais travailler sur de la photo, je pense que c'est peut-être plus simple, tout le monde a un portable aujourd'hui... Donc à voir. Effectivement, on le fait à l'échelle. La dernière, c'est Aubervilliers, cette année, et puis après je pense qu'on changera.

[Merci beaucoup pour toutes ces informations, pour votre accueil.](#)

N'hésitez pas si vous avez d'autres questions, je vais vous envoyer des documents, le lien vers la carte, sans souci.

Annexe II - Entretien avec Stéphanie Vitard-Gibiat, AAP d'Angers

J'ai souhaité rencontrer Mme Vitard-Gibiat, car étant l'animatrice de l'architecture et du patrimoine d'Angers, elle me semblait être la personne incontournable pour comprendre le projet de CIAP à Angers, avant même son ouverture. Elle m'a décrit son service, m'a présenté à son équipe, et m'a expliqué plus en détail en quoi devait consister son CIAP, ainsi que son intégration au sein du nouveau pôle culturel d'Angers, le Repaire Urbain.

Mme Vitard-Gibiat me reçoit dans son bureau le 6 septembre 2019, à 13 h 30. Notre rendez-vous, initialement prévu à 14 h 30, a failli être annulé car la préparation des Journées du patrimoine, couplée au projet du nouveau pôle culturel et à d'autres dossiers arrivés en cours de route sur son bureau, remplit son agenda au-delà du possible. Ses assistantes ont néanmoins fait en sorte de caser un autre rendez-vous pour moi quand, en m'appelant pour annuler cet entretien la veille, elles ont appris que j'étais dans le train pour Angers et que je ne venais que pour voir leur responsable. Je loue ici une fois de plus leur gentillesse et leur efficacité.

C'est dans ce contexte que nous nous rencontrons. Je sais son temps compté, j'ai donc prévu d'aller à l'essentiel, quitte à revenir vers elle et/ou son équipe si besoin plus tard pour obtenir d'autres informations. Pourtant, notre rendez-vous a duré une heure, entre l'entretien lui-même et la visite des locaux par la suite.

Après m'être présentée et avoir expliqué rapidement ce qui m'amenait à travailler sur le CIAP d'Angers, Mme Vitard-Gibiat commence tout de suite à me décrire l'historique de son service, ses succès et le projet de CIAP. Je l'interromps pour lui demander l'autorisation de l'enregistrer vocalement, mais elle refuse net. Je lui explique que je vais en avoir besoin pour retranscrire ici en mot à mot notre entretien, mais elle insiste, et m'explique qu'elle déteste être enregistrée, qu'elle le refuse même aux personnes à qui elle présente le patrimoine local dans le cadre de son travail. Elle préfère que je prenne des notes. Je me plie à sa demande ; le compte rendu ci-dessous est donc la retranscription de mes notes, prises lors de notre conversation.

Le label Ville d'Art et d'Histoire a été décerné à la ville d'Angers en 1986, à peine un an après sa création par le ministère de la Culture, en 1985. Pendant trente ans, le Service Éducatif d'Angers Ville d'Art et d'Histoire (le SEVAH, récemment renommé Service Angers Patrimoines), a réalisé un grand nombre d'animations. Il a été très actif auprès des scolaires et du grand public, et a publié plusieurs ouvrages sur la ville, dont *Le guide Angers Ville d'Art*

et d'Histoire : musées, architectures, paysages (Éditions du Patrimoine) et le livre beaucoup plus technique et scientifique publié par les éditions 303, *Angers : Formation de la ville et évolution de l'habitat*, tous les deux en rupture de stock au bout de quatre mois seulement de publication, et réimprimés régulièrement depuis.

Mme Vitard-Gibiat met l'accent sur ces résultats très importants et me décrit les Angevins comme une population de très grands lecteurs, bien plus que la moyenne des autres régions.

Le succès des publications d'Angers Patrimoines s'étend aux livrets et documents mis gratuitement à la disposition des publics dans les différents lieux touristiques : les « Focus », par exemple, qui décryptent un lieu en particulier, sont imprimés à raison de 20 ou 30.000 exemplaires par an pour les sites les plus importants, comme la cathédrale, et à 5.000 exemplaires tous les deux ou trois ans pour les lieux moins visités comme les cimetières.

Les nombreux musées et lieux patrimoniaux de l'agglomération, associés à toutes ces activités, expliquent que le CIAP n'avait pas été ressenti comme une nécessité, jusqu'à l'arrivée du maire actuel en 2014, M. Christophe Béchu. En prenant ses fonctions, il a exprimé deux souhaits : la création d'un secteur sauvegardé comprenant la protection et la restauration du patrimoine de la ville, et la création du CIAP. Il aura fallu quasiment le temps d'un mandat pour faire de ce vœu un projet existant...

Le CIAP permet de répondre à plusieurs besoins. D'abord, il remplit l'engagement fait par la ville lors du renouvellement de la convention Angers, Ville d'Art et d'Histoire, auprès de la DRAC, en 2014. Il facilite également le travail du service Angers Patrimoines, actuellement logé dans un quartier au sud de la ville, très excentré, celui de la Roseraie. Quartier réputé défavorisé, il avait été choisi pour accueillir le SEVAH, à l'époque, dans le but de faire de cet endroit un pôle d'excellence et d'engager une véritable démocratisation culturelle. Mme Vitard-Gibiat me fait remarquer que la situation géographique de la Roseraie, beaucoup moins desservie par les transports en communs que le centre-ville, fait de l'obligation pour son service d'être accessible à tous une gageure, quand les écoles et publics des autres quartiers doivent accéder à un lieu éloigné et fermé au public, puisqu'inclus dans un groupement scolaire, l'école élémentaire Marcel Pagnol. Enfin, le quartier de la Roseraie se renouvelle et l'école Marcel Pagnol doit ouvrir de nouvelles classes. Le local occupé par le SEVAH apportera la place nécessaire aux écoliers. Le déménagement du service Angers Patrimoines vers l'hyper-centre d'Angers arrange donc tout le monde !

L'emplacement du futur CIAP au sein du pôle culturel RU - Repaire Urbain - est idéal : réunissant l'artothèque, les archives patrimoniales de la ville, dont une grande salle de lecture, une salle d'exposition d'art moderne, une résidence d'artiste et le service Angers Patrimoines, il est situé en plein cœur de la ville, dans l'ancien restaurant universitaire de l'École des Beaux-

Arts, donnant dans le jardin des Beaux-Arts. Ce jardin est entouré d'équipements culturels très importants pour la ville : le musée des Beaux-Arts, d'abord, la Galerie David-D-Angers ensuite, et la médiathèque Toussaint, dont l'architecture de verre réalisée par Philippe Morney permet de refléter le jardin et les monuments qui l'entourent.

Le restaurant universitaire, construit dans les années cinquante, a d'après Mme Vitard-Gibiat une très grande qualité, celle de se fondre complètement dans le paysage. Ainsi, quand elle parle de ce bâtiment à d'autres personnes extérieures au projet, elles ont souvent du mal à le situer, malgré leurs connaissances du jardin des Beaux-Arts. La rénovation complète qui est réalisée actuellement pour y ouvrir le nouveau pôle culturel permettra une mise en lumière du bâtiment et un jeu d'harmonisation et de miroir avec les autres bâtiments du jardin.

Le CIAP sera installé en très grande partie en rez-de-chaussée. Les visiteurs y accéderont dès l'entrée avec l'espace d'exposition temporaire. L'idée est de les plonger directement dans l'espace dédié au CIAP, même s'ils viennent pour visiter un autre équipement, que ce soit l'artothèque, les archives, la salle d'exposition d'art moderne, etc.

D'autres espaces sont prévus au sein du CIAP lui-même, dont l'espace d'exposition permanente, une petite salle de travail et de conférence, une salle de projection vidéo où Mme Vitard-Gibiat prévoit la diffusion de films en rapport avec le patrimoine bâti et immatériel de la ville, des vidéos réalisées par des artistes contemporains, des témoignages d'habitants de la ville sur leur patrimoine et leur façon de vivre la ville, les souvenirs qu'ils en ont, etc.

Les bureaux du service Angers Patrimoines, qui regroupe une quinzaine de personnes, seront répartis entre le rez-de-chaussée et le premier étage, en fonction des autres équipements tels que la salle de lecture des archives, proche du futur bureau des guides-conférenciers, susceptibles d'y faire des recherches régulièrement.

La surface sera très importante : sur une surface utile totale de 2.100 m², 899 m² seront dédiés au CIAP. Information donnée en primeur, la première exposition dans le CIAP aura pour thème l'architecture à pans de bois d'Angers. Le commissaire d'exposition en sera Olivier Biguet. Elle regroupera plus de 90 œuvres d'importance sur le sujet.

Stéphanie Vitard-Gibiat sera la chef d'établissement du pôle culturel, nommé RU - Repaire Urbain, en référence au restaurant universitaire qui l'occupait précédemment.

Quand je lui demande de quelle façon le CIAP s'intègre et se différencie au sein du RU, elle m'explique qu'elle travaille justement sur ce sujet avec M. François Lemoulant, directeur de la Communication au sein de la direction de la Ville et de l'Agglomération : ils cherchent en ce moment une charte graphique permettant d'unifier des services dépendants tous d'entités très différentes (les musées d'Angers, la DRAC et donc le ministère de la Culture, la ville d'Angers,

etc.), et ayant comme contrainte de conserver les repères visuels de leurs entités directrices. Comme dans tout ce qu'elle fait, elle supervise le projet avec M. Lemoulant et dans le même temps lui fait confiance. Je la sens très investie sur cette question, malgré tout. C'est un sujet qui semble lui tenir à cœur. J'en aurai confirmation plus tard.

Le RU doit ouvrir en février 2020. En pleine période électorale, il n'y aura pas d'inauguration possible ; Angers Patrimoines prévoit donc une ou deux semaines d'animations et d'expositions sous forme de temps forts pour fêter l'ouverture du nouveau lieu culturel et commencer à y accueillir le public.

Je lui demande si une étude a été réalisée pour qualifier le public. Elle m'explique qu'elle n'en a pas mené par elle-même, mais qu'elle s'est appuyée pour cela sur deux études des publics menées par l'université d'Angers à l'occasion des Journées du Patrimoine en 2011 et en 2013, qui avaient été toutes les deux étonnantes par certains résultats, et sur une autre menée par les musées d'Angers et l'office du tourisme l'année dernière. Elle ne pense pas que les deux études de l'université soient intéressantes pour moi car trop anciennes. Quant à celle de l'office du tourisme, il me faudra la leur demander directement. J'en prends bonne note.

J'en profite pour lui demander si le PSC pourrait m'être accessible. Depuis le début de notre entretien, il est posé devant elle. Elle me présente les plans du futur pôle, les visuels les plus marquants, etc. mais je constate par moi-même qu'il est encore en morceaux, agrafé par chapitre et plein d'annotations. Elle m'explique qu'il vient juste de revenir de correction et qu'il faut qu'elle le retravaille avant de le présenter aux élus. Il ne sera communicable qu'une fois qu'ils l'auront validé. Elle pense pouvoir me le transmettre éventuellement en janvier.

Je lui demande quel est le message que le CIAP et le RU doivent transmettre aux publics. Elle me répète alors ce que j'ai déjà lu dans le procès-verbal du conseil municipal du 29 octobre 2018, qui reprenait les propos de l'adjoint à la Culture et au Patrimoine, M. Alain Fouquet : l'objectif du nouveau pôle culturel est la valorisation du patrimoine et de la création à Angers. Il s'agit de présenter Angers comme une ville dynamique culturellement, une ville à l'identité forte et en forte évolution.

L'exposition permanente du CIAP ne sera pas organisée par ordre chronologique, principe mis en place dans une grande partie des CIAP en France, mais selon trois approches qui regroupent, selon elle, l'ensemble de ce qu'une ville représente pour ceux qui la vivent : « habiter la ville », « aménager la ville » et « vivre la ville », avec un volet sur l'actualité de la commune. Elle me fait remarquer que vivre la ville et l'habiter ne sont pas synonymes, car les gens qui y travaillent n'y logent pas forcément. Et pourtant, ils la pratiquent quotidiennement.

Elle examine également de très près le moyen de faire venir les jeunes, des années collèves à 25 ans environ, qui semblent se désintéresser de leur patrimoine et des équipements

culturels mis à leur disposition. Ils semblent moins attirés par eux, ont peut-être peur de s'y ennuyer et d'y retrouver l'ambiance de l'école. Toutes ces questions sont étudiées de près par l'une de ses collègues, qui a travaillé précédemment pendant dix ans dans un autre service spécialisé sur ces questions. Elle lui fait confiance pour trouver des réponses à cette demande forte de sa part.

Après cet entretien très riche d'enseignements, elle me propose de faire le tour du service et de son local. Elle me présente à ses collègues et m'explique brièvement leur fonction, puis me fait découvrir plusieurs salles contenant l'équipement utilisé pour les différentes animations et opérations organisées par Angers Patrimoines. Ainsi, trônent dans une salle quatre ou cinq grands métiers à tisser, dont l'un vient d'Aubusson et doit être une véritable pièce de musée ! Sur ces métiers, des œuvres sont en cours de fabrication par des artistes contemporains. Dans cette même salle, du matériel prévu pour les Journées du Patrimoine à la fin du mois est stocké et préparé, dont une très belle maquette en bois du grand théâtre et des supports pour tablettes numériques sur pied encore emballés sous plastique.

Dans une autre salle, c'est le très grand et impressionnant plan-relief de la ville qui siège. La ville s'y étend sur 16 m², et semble faire la fierté de Stéphanie Vitard-Gibiat. Elle m'explique que cette maquette est très utile pour que les enfants se rendent compte des proportions de la ville et que souvent, leur première réaction en la découvrant est de demander si c'est Paris qui y est représentée. Elle leur permet également de se rendre compte que le château, par exemple, qui leur semble très vaste quand ils le visitent, est finalement plus petit que l'un des centres commerciaux de la ville. Pour elle, ce plan a un très gros avantage par rapport aux nombreuses maquettes numériques projetées sur des tables qu'elle a pu voir dans beaucoup de CIAP visités récemment par elle et son équipe : jamais en panne, jamais défectueux, jamais dépassé, jamais victime de la faillite de son concepteur, le plan est restauré et mis à jour chaque année par un spécialiste. Il doit d'ailleurs bientôt quitter le local d'Angers Patrimoines pour partir en révision.

Elle m'explique que c'est quelque chose qu'elle a trouvé incroyable lors de ses visites de CIAP, dont elle a visité une très grande partie en préparant son propre projet. Bordeaux, Nantes... toutes les maquettes numériques étaient en panne, et toutes pour des raisons prévisibles : usure du matériel, lampe grillée non changée par manque de personnel, obsolescence programmée, concepteur en faillite et incapable de la réparer ou de la mettre à jour... Nantes notamment, où cet équipement a récemment coûté 300.000 €, n'a pas pu lui présenter son territoire. Inadmissible, selon elle !

Elle m'emmène ensuite dans la réserve des publications et du matériel de communication. Les *Focus*, *Rendez-vous*, mais aussi les carnets d'étude des classes patrimoine des écoles de la

ville, les cartes postales, marque-pages, autocollants... elle me les montre pour me permettre de voir les publications éditées et diffusées dans la ville par son service. J'en profite pour lui demander si elle respecte à 100 % la charte graphique imposée par la DRAC aux villes labellisées Villes et Pays d'Art et d'Histoire, ou si elle prend quelques libertés avec, comme d'autres animateurs de l'architecture et du patrimoine que j'ai pu rencontrer. Elle se définit plutôt comme de la « vieille école » et tient beaucoup à respecter complètement cette charte, même si elle sait qu'il y a de bons et de moins bons élèves sur le sujet... d'autant qu'elle est à l'origine de cette charte au niveau national et qu'elle a énormément travaillé dessus. Un ange passe, je me sens un peu bête et me dit que décidément, la discrétion est une qualité que je dois continuer à travailler.

Je remarque un plan de la ville dans sa réserve dont le commanditaire n'est pas Ville d'Art et d'Histoire mais Destination Angers, l'office de tourisme de la ville. Je lui demande s'ils travaillent en étroite relation. Elle me répond que dans la mesure où les guides-conférenciers qu'ils emploient doivent être agréés et que c'est elle qui les forme, effectivement, ils sont souvent amenés à travailler ensemble !

Elle m'offre une sélection de documents pour me permettre de couvrir l'ensemble des éléments de communication sur papier avant de finir le tour des équipes par une salle de réunion où l'une de ses collègues travaille avec des personnes extérieures au service.

Notre entrevue aura duré une heure.

Annexe III - Entretien avec Pauline Prévot, AAP de Pontoise

L'intérêt du CIAP de Pontoise, dans le cadre de cette recherche, porte sur son ouverture relativement récente et son retour possible sur les publics attendus et les publics effectifs, voire sur les éventuels ajustements qu'il aura fallu faire pour mieux répondre aux attentes des visiteurs. Par certains aspects, ce CIAP est proche de celui d'Angers, puisqu'il a été créé dans une Ville d'Art et d'Histoire et qu'il ne doit répondre qu'aux besoins d'une commune. Pourtant, il m'avait semblé dès mes premières recherches qu'il devait être également très différent car sur un territoire non équivalent. Là aussi, ces différences m'étaient nécessaires pour saisir la variété des CIAP et de leurs besoins.

Mme Prévot m'accueille au CIAP de Pontoise à 10 h du matin, alors que le lieu est encore fermé au public. Elle me reçoit dans son bureau, où notre entretien dure près d'une heure. Elle me fait ensuite visiter le CIAP au rez-de-chaussée de l'Officialité, et me décrit chaque élément de la scénographie en détail.

Tout comme pour l'entretien avec Charlotte Saint-Jean, cette retranscription de notre entretien est expurgée des hésitations inhérentes à toute discussion.

C. : Pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?

Je suis Pauline Prévot, animatrice de l'architecture et du patrimoine de la ville de Pontoise. La ville est labellisée « Ville d'Art et d'Histoire » depuis 2006.

Je suis arrivée en 2015, et ça faisait déjà huit ans que la ville portait un projet de CIAP. Quand je suis arrivée, le lieu avait été trouvé, donc il fallait mettre tout en œuvre pour pouvoir ouvrir le CIAP deux ans plus tard.

Pendant deux ans, j'ai travaillé presque à 80 % sur le CIAP, sur ses contenus, sur les marchés de scénographie, puis sur les différents marchés de travaux avec les partenaires de la ville. Maintenant, je m'occupe plutôt de la programmation, de la formation des guides, des conférences, ce genre de choses.

C : Vous avez reçu le Prix du projet de tourisme innovant, en 2017 ?

C'est ma collègue Françoise qui a fait le dossier. Le dossier permet d'obtenir des subventions pour les projets innovants. Au CIAP, comme on avait tout un système d'outils interactifs multimédias, ludiques, pour faire découvrir le patrimoine, on a eu le prix. Ça nous a permis d'avoir une subvention supplémentaire puisque la DRAC nous a aussi subventionnés pour la

scénographie. La région nous a subventionnés et pour la scénographie, et pour la réfection du bâtiment qui était en très mauvais état. C'est un bâtiment du XVII^e siècle dont seuls les huisseries et le toit avaient été refaits mais qui n'était plus habité depuis trente ans : le plancher s'écroulait, toute l'électricité était à refaire, donc il y a eu de gros travaux de rénovation. Le fait d'installer le CIAP ici, ça a pu sauver le bâtiment qui appartient à la ville.

C'était le tribunal ecclésiastique sous l'Ancien Régime. À côté, on a le musée Tavet, où vivait le représentant de l'archevêque de Rouen, le vicaire, et c'est ici qu'il jugeait : on a encore la tribune du tribunal au rez-de-chaussée.

C : Quelles sont les particularités du CIAP de Pontoise ?

Déjà, le lieu est assez restreint. On voulait un lieu en centre-ville parce que c'est plus facile d'accès. Il y a plusieurs lieux qui ont été choisis, mais en même temps, quand on est en centre-ville, ce sont des espaces très contraints parce que c'est une vieille urbanisation... Pour nous, ici, le XVII^e siècle, c'est moderne : quand on va Place du Grand Martroy, c'est XIV^e !

En même temps, le lieu est chargé d'Histoire. Quand on a fait le CIAP, le problème, c'était l'étroitesse des lieux. Avec les scénographes, on a réfléchi à avoir des outils qui permettaient d'exploiter au maximum l'espace, avec beaucoup de contenus. On a choisi ces scénographes-là parce qu'ils ont eu l'idée de faire non pas une maquette sur le sol qui prenne de l'espace, mais au mur, ce qui nous permet de regrouper les classes. Ça a été vraiment une recherche sur « comment optimiser au maximum les lieux », sachant qu'on a un mur porteur avec une toute petite galerie... Parce qu'avant c'était des prisons, donc c'est vraiment étroit.

Il fallait vraiment que ce soit accessible au handicap ; il y avait des marches, donc il a fallu calculer les pentes. Ce sont les services techniques qui s'en sont occupés.

Ça a été ça, l'enjeu : mettre deux mille ans d'histoire de Pontoise dans 95 m², accueil compris.

D'ailleurs, normalement un CIAP n'est pas qu'un lieu d'exposition temporaire, c'est aussi une salle pour les ateliers pédagogiques. Pour nous c'est à cinq minutes à pied, au sous-sol du dôme. Pour les expositions temporaires, on a une petite partie « Focus » à changer dans notre CIAP, mais on va aussi travailler avec des musées en partenariat pour faire des expositions temporaires.

C : Donc vous travaillez vraiment avec les différents lieux patrimoniaux de la ville ?

Voilà. Le seul problème actuellement, c'est que le musée Tavet est fermé pour travaux, donc on attend... (rires) En fait, on devrait faire des expositions temporaires avec le musée Tavet qui est juste à côté, mais là il y a de gros travaux de rénovation à faire. Donc on va faire la prochaine exposition « Focus » ici, et on va attendre pour faire une grosse exposition que le musée Tavet soit ouvert.

C : Vous profitez de collections du musée, en attendant ?

Alors oui, on a déjà quelques petites collections. Actuellement, l'exposition « Focus » est sur l'impressionnisme, parce que le département soutient aussi beaucoup tout ce qui touche à l'impressionnisme. On fait partie du contrat de « Destination impressionnisme », qui est un contrat national : on est sur l'archipel Pontoise - Vallée de l'Oise - Auvers-sur-Oise, donc on a fait notre exposition sur Pontoise au temps des impressionnistes, à l'ouverture en 2017. Cette année, on va faire évoluer l'exposition : ce serait plutôt sur les collections religieuses locales, donc on va justement exploiter les collections du musée.

C : Pouvez-vous m'expliquer ce qu'est Cergy-Pontoise ? Ce sont deux villes accolées mais la Ville d'Art et d'Histoire ne concerne que Pontoise, c'est bien ça ?

Alors tout le monde pense que Cergy-Pontoise, c'est la même ville, parce que c'est le nom de la ville nouvelle.

Mais en fait, Cergy-Pontoise, c'est une agglomération : il y a 13 communes, dont Cergy, Pontoise, Jouy-le-Moutiers, Maurecourt, etc.. Généralement, les gens connaissent surtout Cergy, parce que c'est le lieu administratif, la préfecture, donc Cergy-Pontoise, c'est la même chose.

En fait, Cergy est la ville moderne et Pontoise la ville historique. Quand la ville nouvelle a été créée, ils ont choisi les lieux où il y avait des champs, là où il n'y avait pas de ville ancienne, donc ils ont choisi Cergy, mais Pontoise a aussi tout un tissu urbain ancien, avec des quartiers modernes construits tout autour après les années cinquante.

Nous on a vraiment un urbanisme classique : c'est-à-dire qu'on avait un château. La ville s'est faite autour, parce qu'il y avait des remparts. On a commencé à casser les remparts au XIX^e siècle et à faire des boulevards sur les remparts, et hop, des maisons à côté, puis ça s'est étalé. C'est vraiment concentrique. Depuis le Moyen Âge jusqu'à aujourd'hui, on a vraiment ce système. Tandis qu'à Cergy, il y a Cergy-village puis après c'est vraiment quelque chose de complètement différent, avec des quartiers qui ont été créés ex-nihilo dans les années soixante-dix.

C'est la ville de Pontoise qui a porté le label, donc il n'est que sur la ville. Par contre, on travaille en partenariat avec l'office de tourisme, qui lui est intercommunal. Moi je ne travaille pas trop sur le territoire de Cergy, par contre on a des guides qui vont travailler et sur Pontoise, et sur Cergy, sur Maurecourt, sur plusieurs sites ; moi je suis chargée de la formation des guides sur tout ce qui concerne Pontoise.

L'office de tourisme travaille pour toute l'agglomération. Il est sur la ville de Pontoise, qui donne une subvention supplémentaire parce que la plupart des visites ont lieu ici, sachant que la visite qui a le plus de succès est celle des souterrains de Pontoise.

Par exemple, tous les guides sont formés à la visite des souterrains. Il y en a tous les dimanches, et tous les mercredis des vacances. Il y a trois visites auxquelles tous les guides sont formés : les souterrains, l'impressionnisme d'avril à octobre, et une fois par mois le centre ancien/Carré Patrimoine. Après on a des visites thématiques - je vous donnerai le petit programme. Par exemple, dimanche dernier, il y avait la visite sur l'église Notre-Dame. À la fin du mois, ce sera sur le vitrail à Pontoise, avec une vitrailiste, ce genre de choses... Le programme est assez varié, il change tous les ans. Il y a des récurrences, notamment la visite nocturne de Noël. Ça, ça ne bouge pas (rires)... Et puis tous les ans, je crée de nouvelles visites, je forme le guide qui va faire les visites, et on change la programmation régulièrement.

C : Est-ce qu'il y a un message particulier que vous souhaitez transmettre via le CIAP ?

On a des musées, des choses assez classiques, donc on voulait quelque chose de vraiment ludique, que les gens puissent interagir avec les outils, en famille, et qu'ils puissent se l'approprier. Et puis une vision un peu plus moderne parce qu'on a des musées vraiment classiques...

Ce qui est compliqué avec un CIAP c'est qu'on n'est pas sur des objets. On a quelques objets évocateurs mais on est sur du contenu, et le contenu, c'est complexe...

Vous verrez que la maquette est couplée avec des films d'animation, les livrets numériques avec des animations 3D.

Au CIAP, il va y avoir le même discours sur plusieurs outils. Il va y avoir un outil chronologique, un outil thématique, un outil qu'il faut manipuler. Les personnes, en fonction de leur manière d'apprendre, de leurs capacités, peuvent appréhender un large panel de l'histoire de Pontoise.

Et aussi rappeler aux gens - parce que ça les gens l'oublie - que le label ce n'est pas que sur le centre ancien, c'est toute la ville qui l'a eu. Donc parler de tous les quartiers, c'est quelque chose qui fait vraiment plaisir aux gens qui viennent des quartiers. Quand ils arrivent sur la table des quartiers et qu'ils voient que le leur n'est pas oublié, et qu'il y a deux minutes trente de vidéo comme le centre ancien et qu'il y a plein de choses intéressantes...

C'est vraiment faire découvrir l'intégralité du patrimoine jusqu'à aujourd'hui, pas que les souterrains de Pontoise, la cathédrale Saint-Maclou, etc. Il y a la cité judiciaire, à deux pas, qui a été inaugurée en 2005, ce genre de choses.

C : Est-ce qu'il y avait un postulat de départ à l'ouverture du CIAP, à part l'obligation du label VAH ?

C'est une obligation en effet des villes et pays labellisés. Quand on est labellisé, on doit créer un poste d'animateur du patrimoine, on doit créer des ateliers pour les enfants, et on doit créer un CIAP. Évidemment, ça prend plus ou moins de temps. Ça a été un peu long parce qu'il y a eu plusieurs lieux.

L'enjeu aussi, c'est qu'il y a quelque chose qui manque. On a un musée avec des collections du XIX^e siècle, on a le musée Tavet plutôt sur l'art contemporain, mais du point de vue historique, il n'y avait pas grand-chose. L'avantage du CIAP, c'est que Pontoise a des visites avec l'office de tourisme, mais on ne peut pas tout faire. Donc l'idée est de faire découvrir Pontoise et de faire dire aux gens « je reviendrai et je ferai telle visite ». On a plein de petits guides pour faire des visites indépendantes, sur la justice, sur l'impressionnisme, un parcours dans le centre ancien, etc. On vient d'installer les nouveaux panneaux de signalétique sur l'impressionnisme dans le centre... Donner aux gens l'envie, leur donner une vision un petit peu plus globale de la ville pour ensuite la découvrir quartier par quartier, en fonction de leur rythme, et aussi profiter des visites de l'office de tourisme.

Donc l'office de tourisme nous envoie beaucoup de visiteurs. Nous on les leur renvoie ensuite : « Vous avez vu les souterrains ? Vous pouvez les découvrir tous les week-ends... » Les gens les connaissent généralement par les Journées du Patrimoine, mais à la Cave des moineaux, il y a mille personnes qui passent dans le week-end, c'est pas très agréable. Donc on leur dit : « Vous pouvez revenir, avec une visite guidée de deux heures, il y a vingt-cinq personnes maximums, ce sont de meilleures conditions... »

C'est leur faire découvrir autre chose, qu'on a un patrimoine, par exemple judiciaire, qui est extraordinaire à Pontoise, que dans les quartiers on peut carrément retrouver les tableaux impressionnistes, etc.

C : Y a-t-il eu d'autres blocages et difficultés rencontrés que l'étroitesse du lieu, à la création du CIAP ?

Nous, actuellement, on a deux problèmes d'accessibilité : le musée Tavet est fermé, et pour des raisons d'accessibilité, on ne peut pas passer par là, alors que c'est l'entrée principale, sur la place de l'hôtel de ville. On est obligé de passer par l'impasse Tavet. Et la rue Lemercier qui

vient du musée et qui permet de passer par l'impasse Tavet est fermée aussi pour travaux. Donc c'est un parcours du combattant, et on n'a pas de signalétique.

Je ne sais pas si vous avez vu, on a fait installer sur le sol trois pochoirs là en décembre, et déjà ça se voit : on a beaucoup plus de visiteurs le week-end depuis qu'on les a installés, mais on a un gros problème de visibilité.

On a aussi une communication uniquement locale, donc à part les événements nationaux, on n'a pas actuellement les moyens d'avoir une grosse communication avec une campagne d'affiches. Et puis c'est un outil simple : on a une affiche qui montre une jolie image de la ville, mais comment expliquer ce que c'est aux gens ? Parce que ce n'est pas un musée. Un centre d'interprétation, ce n'est pas simple, c'est pas des panneaux à lire, c'est un peu compliqué de donner envie aux gens de venir.

Après, on a un taux de satisfaction vraiment très très élevé, et les gens reviennent. On sait aussi que beaucoup de classes viennent, et les familles reviennent avec les enfants parce qu'ils ont aimé, ils en ont tellement parlé à la maison qu'ils reviennent et qu'ils expliquent. Parce que les enfants peuvent facilement manipuler et expliquer les choses aux parents. Donc on a vraiment un bon retour, mais comment faire vraiment bien découvrir ce lieu qui 1) en soi est un peu protéiforme, et 2) actuellement n'est pas facile d'accès, il faut le dire ?

C : J'ai vu qu'avant d'ouvrir vous aviez proposé un vote pour le nom du lieu. Ça pose vraiment un problème, ce nom de CIAP ?

Tout à fait. D'abord, ça ne parle pas parce qu'un centre d'interprétation, on ne voit pas trop ce que c'est. « Architecture et patrimoine », on s'imagine qu'on va se retrouver au Palais de Chaillot, or ce n'est pas ça.

Nous, on a un autre problème c'est qu'ici on a aussi le SIARP, le Syndicat des eaux. Donc chaque fois que je parlais de « CIAP », on me répondait « le Syndicat des eaux ? »

Si on tape « CIAP » sur Internet, maintenant je tombe sur les centres d'interprétation, mais au début je tombais sur le centre de l'art péruvien. C'est un sigle qui n'est pas du tout parlant.

« Carré Patrimoine » n'est pas plus parlant, mais on a le mot « patrimoine », donc les gens le repèrent. On ne voulait pas « Maison du patrimoine » parce qu'il y en a une à Cergy, donc c'est assez complexe.

Comme c'est hybride et que le terme n'est pas non-plus attractif, il faut le dire, on le remet en-dessous, parce qu'il y a des gens qui connaissent les CIAP. Ils savent ce que c'est, ils connaissent le réseau Villes d'Art et d'Histoire, ils savent le genre d'outils qu'ils vont avoir. Mais c'est pas la majorité, donc on est obligé d'avoir quelque chose de plus parlant. Sauf que les gens nous font remarquer que ce n'est pas carré. Oui, bon...

C : Quel public vous attendiez avant d'ouvrir ?

Alors déjà, nous, on a un public scolaire. On voulait un public local, les touristes aussi, pour qu'ils puissent découvrir la ville. On a des visites handicap, spécifiques. On a fait des visites pour malvoyants parce qu'on a une maquette en relief. J'ai fait il y a quelque temps une visite pour personnes en fauteuil roulant, avec quelques retards cognitifs, parce qu'il y a des outils qui sont très faciles et que c'est complètement accessible.

En fait c'est un peu « tout-public », dans le sens où on a plein d'outils différents.

Par exemple, pour les personnes avec des capacités cognitives un peu amoindries, on va rester surtout sur la maquette et les livrets, qui sont des choses faciles à comprendre : je ne suis pas partie sur la chronologie interactive, des choses comme ça. Je leur ai montré des objets. On peut faire plusieurs choses.

Sachant qu'ici il y a une maquette en relief, mais qu'à la salle des ateliers on a une autre maquette avec tous les monuments de la ville en bois, qui se déplacent. On s'en sert beaucoup pour les enfants. Ils doivent remonter Pontoise au Moyen Âge. Et pour les malvoyants, ça leur permettait de comprendre la forme de Saint-Maclou, Notre-Dame. Il y a différentes étapes qu'ils peuvent manipuler, le relief aussi, avec les remparts.

Donc on a deux outils complémentaires. Un ici, juste avec la carte-plan en volume, et l'autre avec les monuments dans la salle des ateliers, qui est très pratique.

C : Avez-vous eu des surprises à l'ouverture du CIAP, des publics que vous n'attendiez pas, d'autres que vous attendiez qui ne sont pas venus ?

Alors les randonneurs, on a du mal à les avoir. J'en ai eu quelques-uns que j'ai relancés, mais on pensait qu'ils passeraient plus.

En revanche, une bonne surprise, c'est qu'on a pensé au public handicap, mais on n'a pas pensé, et ça marche très bien, aux poussettes : les parents sont très contents, parce que ça permet d'éviter que le papa ou la maman reste dehors avec le petit, pendant que les plus grands enfants vont s'amuser. Le petit reste dans la poussette, il est tranquille. On a plein de personnes qui viennent avec les familles complètes et ils sont contents parce qu'ils n'ont pas à enlever le petit, à le porter.

Donc il faut penser que quand on est accessible, on est vraiment très accessible en fait. Même les personnes avec une canne peuvent facilement se déplacer, ce n'est pas que pour les fauteuils roulants. C'est quelque chose qu'on n'avait pas anticipé, on est vraiment pratique pour plein de gens.

C'est un public qui profite en famille, vraiment, et pas la moitié qui se dépêche parce que l'autre attend dehors.

Ce qu'on aime beaucoup aussi, ce sont les parents qui disent « bon, on y va » et les enfants qui répondent « non, non, on continue »... Une chose à laquelle on n'avait pas pensé non plus, c'est qu'on a des vitrines dans le couloir. Ce sont des vitrines à pied, et les petits passent en-dessous, ça fait une sorte de petit jeu, il y a des objets... Il y a un côté ludique de la scénographie. On a des outils, mais la scénographie rend elle-même les choses très agréables.

C : Vous avez fait des études sur ces publics, avant et après l'ouverture ?

Il y a eu des études avant que j'arrive. Quand je suis arrivée, il fallait mettre le (elle fait un geste mimant la rapidité). Il y avait un projet scientifique et culturel qui avait été fait pour le lieu sélectionné précédemment, qui était une imprimerie, toujours dans le centre ancien. Il a fallu que je réadapte le PSC mais il n'a pas été revalidé comme le précédent avec le conseil scientifique. Tout ça, parce qu'il a fallu faire tout de suite les marchés, ça a été un peu précipité. Ça avait bien été étudié en amont, mais c'était pour un autre lieu, donc on a un peu réadapté, surtout par rapport aux besoins. On avait un besoin important, notamment par rapport à l'office de tourisme, pour des visites avec des guides, donc il a fallu les prendre en compte, ce genre de choses. Et puis, le public, c'est... on a une volonté de développer le tourisme à Pontoise, ça fait partie de l'offre. C'est pour ça aussi qu'on a eu le Prix du tourisme innovant, parce que ça complète une offre avec les musées, avec les croisières sur l'Oise de l'office de tourisme, qui permet d'étoffer l'offre touristique sur Pontoise.

Donc nous on est fermé au mois d'août, par contre on est ouvert tout le mois de juillet.

C : Vous travaillez donc avec la compagnie qui fait des visites sur l'Oise ?

C'est l'office du tourisme qui travaille avec eux. Nous on a créé par exemple un spectacle pour les Journées du Patrimoine sur l'impressionnisme, et l'office du tourisme va le reprendre sur les bateaux. C'est comme ça que ça se passe, on se passe les choses. Ce sont les guides qui font les visites sur l'eau, donc c'est une visite impressionniste, on est complètement en partenariat. On n'a pas de rapport direct avec les personnes des bateaux, mais on a au moins une réunion annuelle avec tous les guides de l'office de tourisme, parce qu'on choisit les thématiques ensemble, l'organisation ensemble. Quand on recrute des guides, on les recrute conjointement.

On a un très bon partenariat avec l'office de tourisme.

C : Vous faites des enquêtes de temps en temps sur les publics ?

Justement, c'est un de nos objectifs. Maintenant qu'on est ouvert depuis 2017, il faudrait refaire une enquête sur les publics qui viennent, et ceux qui ne viennent pas !

Juste avant d'ouvrir, notre stagiaire était partie sur les marchés pour demander aux gens ce qui les intéresserait dans Carré Patrimoine, le nom aussi, s'ils le comprenaient.

Maintenant qu'on est ouvert depuis près de deux ans et demi, il faudrait que j'en refasse un. Une enquête de satisfaction et de demandes peut être vraiment très intéressante.

C : Avez-vous réadapté des choses depuis l'ouverture ?

Là non. C'est possible, mais il faut d'abord qu'on fasse une étude.

On a fait déjà quelques réunions avec les guides, et on en a une autre à faire pour réadapter des outils.

Après c'est un budget, donc il faut qu'on le budgette. Là, c'est pas le moment, donc on attend, le prochain maire, les projets, sachant quand même qu'on n'a que deux ans et demi d'ouverture, on a des outils qui sont très modernes. Ce qui serait bien ce serait de compléter certains outils, d'autres choses à améliorer, ce genre de choses.

C'est compliqué parce qu'il y a des outils qui sont utiles en visites guidées, d'autres en visites libres....

Il y a des réunions avec les animateurs de l'architecture et du patrimoine. Il y a eu une réunion à Reims en décembre 2018, et justement il y avait l'étude des outils des CIAP : c'est toujours la même conclusion. Les outils, on ne peut pas les faire pour tout le monde. Il y a un moment c'est soit bien pour les groupes, soit bien pour les individuels, et quoi qu'il arrive, ça ne marche pas pour tout. C'est pour ça qu'il faut plusieurs outils.

Alors nous on a eu une subvention sur toute la scénographie. Maintenant la DRAC va subventionner uniquement la maquette et je trouve ça dommage. Parce que franchement, la maquette ne suffit pas en elle-même. Nous ça va, on est une ville, mais une maquette sur le Parc du Vexin français, avec ses 200 villes toutes différentes, je ne sais pas comment ils feraient.

La maquette ne résout pas tous les problèmes. Elle fonctionne bien en autonomie, en groupe, mais par contre, pour plus d'interactivité, il vaut mieux utiliser d'autres outils. On ne peut pas demander à un outil de satisfaire tous les publics, d'où l'intérêt d'avoir vraiment plein de petites choses, et des thématiques qui vont se répondre sur différents outils, parce qu'il y en a un qu'on pourra utiliser et pas l'autre.

C : Et vous avez eu des problèmes de pannes, de choses comme ça ?

Oui, on a des pannes, mais on a un service de maintenance qui était inclus dans le marché, donc on le paye tous les ans.

Surtout, généralement c'est matériel, donc c'est avec le prestataire matériel, mais aussi avec le prestataire qui a créé les outils numériques. Là ça a été le cas pour les livrets numériques : le player des livrets était H.S., donc ça a pris un peu de temps parce qu'il a d'abord fallu recommander un player, mais il a fallu aussi remettre tout ce qu'il y avait sur le player. Et en deux ans et demi, ce ne sont plus les mêmes logiciels. Comme on a un service de maintenance, les créateurs des outils numériques les ont remis à jour et les ont donnés aux prestataires qui s'occupent du matériel, qui sont venus sur place.

Généralement, ils répondent assez vite, dans la semaine c'est réparé. Là, ça a été plus long, c'était plus compliqué, ce n'était pas juste une petite réparation.

Par contre, il y a des choses qu'on budgette en amont. Par exemple, les ampoules des vidéos-projecteurs grillent... Le service de maintenance vient les installer, mais le prix de l'ampoule, qui est quand même de 500 € l'ampoule... (hésitation marquée dans ses gestes, elle sourit), il faut le prévoir un an à l'avance parce que nos budgets...

Comme ça, on en a d'avance. On le mettra dans le budget d'après si on est obligé d'en utiliser une. Ça demande pas mal d'anticipation pour toutes ces choses assez spécifiques. En plus c'est assez compliqué : sur les villes, il y a des marchés, et on a un marché d'ampoules. Mais on n'a pas les ampoules à 500 € du vidéo-projecteur, donc en plus il faut faire des démarches pour expliquer, avec des devis à l'appui, que ça, ça ne peut passer que par là, et par notre prestataire. C'est le côté un peu lourd des collectivités et il faut l'avoir en tête, tout prévoir en amont. Sinon le jour J, il ne peut pas y avoir de rallonge accordée pour changer l'ampoule.

Quand on le sait, il faut anticiper. On anticipe tout.

C : Vous dépendez de la ville, est-ce que des services vous aident, comme un service de communication, des publics, etc. ?

Alors la communication dépend du service Communication, ce sont eux qui gèrent tout. On ne peut pas avoir Facebook, par exemple, c'est celui de la ville, donc ça on en est un peu déçu. Après, bien sûr, les services techniques qui s'occupent de tout ce qui est entretien du bâtiment, on a aussi le service Informatique qui nous aide. Nos prestataires sont externes, ce n'est pas le service Informatique qui s'occupe du CIAP. Lui ne s'occupe que des ordinateurs du bureau ; par contre c'est lui qui gère les contrats de maintenance. Par exemple, pour les budgets, il faut voir avec eux. Tous les ans, c'est un budget transversal, et on revoit ensemble ce dont on a besoin. Voilà, ce sont eux qui gèrent les contrats. Après c'est moi qui suis en direct avec les prestataires. Par exemple, pour l'ampoule, c'était le budget sur le service Achat. Il fallait le prévoir sur ce service, ce sont eux qui commandent aux prestataires. Ce sont des choses comme ça. Parce que nous, on ne peut pas commander, on n'a pas de ligne d'ampoules. Sur

les lignes CIAP, on a les lignes pour le matériel des activités pédagogiques, pour faire des animations au CIAP, mais on n'a pas la ligne maintenance.

Par exemple, si on a besoin de tournevis, il faut passer par le service Achat, parce que les outils, quand il faut les brancher, les débrancher, les relancer parce qu'ils ne sont pas bien relancés, il y a des caches avec des vis. On n'avait pas de tournevis. Ce sont des choses comme ça où on se dit : « Oh mince ! » On ne va pas appeler le technicien toutes les cinq minutes pour un pauvre tournevis.

Mais on est vraiment dans une ville, on a vraiment des lignes spécifiques au CIAP, par contre tout ce qui peut être commun aux autres services, ce n'est pas nous qui gérons.

C : Je me suis posé la question justement. Vous parliez des réseaux Facebook, que vous n'aviez pas le droit d'avoir votre propre compte... Je me demandais pourquoi un CIAP, qui n'est pas un musée mais qui est quand même un dispositif de médiation assez fort, n'a pas de site web à part entière ?

Alors, ni les musées... Ça, c'est la politique de la ville. Dans la ville où j'étais avant, j'ai été chef de projet sur le site web du musée, mais ici, ils ont un peu peur, je ne sais pas, ou alors ils n'ont pas envie de dispatcher plusieurs choses, donc on dépend complètement du service Communication. J'ai accès au site de la ville, mais je ne peux pas valider mes propres... C'est-à-dire, je fais mon article, j'envoie un mail : « Pouvez-vous valider mon article ? » Ils vérifient que je n'ai pas écrit n'importe quoi, et ils valident. C'est assez lourd. C'est un système qu'on a eu au début, dans l'ancienne ville où je travaillais. C'était trop lourd, ils ont fini par accepter qu'on ait un propre site au musée, en se disant, ça va, on ne marque pas des trucs du genre : « On va ambiancer votre soirée ! ». Non... (rires)

Ils ont un peu peur de l'image, en fait, que ça peut donner. Bon, ils s'étaient rendu compte... Je travaillais au musée Jean-Jacques Rousseau, donc autant vous dire que à lire du Rousseau et du Voltaire à longueur de journée, on a un langage bien cadré.

Ici, c'est plus, euh... Il faut que la Communication valide tout ce qu'on écrit.

Bon, dès que j'envoie un mail, c'est validé dans l'heure ! Mais c'est vrai que c'est plus lourd. On n'a pas d'autonomie du tout sur quoi que ce soit.

C : Et ça vous semblerait bénéfique d'avoir un site, d'avoir des réseaux, d'avoir tout ça ?

Sauf que moi je l'ai eu avant, je l'ai connu avant ! (rires)

Et c'est vrai qu'on est beaucoup plus réactif, on peut mettre des... par exemple, ici le site c'est un site de ville, donc je ne peux pas faire un album photo avec : « Aujourd'hui, venez voir le

jardin », parce qu'on avait une roseraie et dès qu'il y avait des roses, allez hop, j'allais faire des photos, je mettais la photo... Il y avait un côté où les gens se disaient : « Ah tiens, je vais passer voir ! ». Là, on n'est pas du tout dans cette optique-là, on est vraiment dans le purement administratif, avec quelques photos, les jours d'ouverture, si on a une fermeture exceptionnelle. Je transmets et c'est marqué en rouge sur le côté. En plus, quand on fait des liens depuis d'autres sites, parce que voilà, c'est www.ville-pontoise.fr, c'est la page d'accueil du site, c'est pas directement sur la page Carré Patrimoine, donc c'est un peu... Parce qu'on a une page de présentation qui est très succincte, et après toutes nos activités sont sur des pages qui changent tout le temps, parce que c'est l'agenda.

C : Ah d'accord, donc c'est dynamique, et vous ne pouvez pas...

Je ne peux pas faire de permaliens. Ma collègue s'occupe des ateliers pour les enfants. Pour la communication, on fait de petits flyers, et puis après on les met sur le site. Mais c'est jamais la même page. Parce que c'est sur l'agenda, je ne peux pas renvoyer tout le temps : « Vous voulez découvrir les ateliers... ».

Moi, si je pouvais, je serais très active (rires). Je vous dis, j'ai été webmaster sur mon ancien travail, mais ici c'est plus à l'ancienne.

C : Et pour les annonces sur Facebook etc., du coup vous avez la possibilité quand même de donner des informations ?

Oui, sur le Facebook de la ville. Alors pareil, très simple, j'envoie un petit mail à la webmaster de la ville : « Tu pourrais mettre en avant notre atelier ? » Pas de problème, elle le met dans l'heure, mais c'est, voilà...

C : J'ai fait un tour dessus, je ne crois pas avoir vu de lien, même de *hashtag*, qui permette de relier toutes les annonces du CIAP...

Non non, c'est vraiment au fil de l'eau. Elles ont un compte Instagram, mais elles ne font pas de #ciap ou #carrepatrimoine, c'est #villedepontoise, voilà.

C : D'accord. Donc... et bien on a vu à peu près l'ensemble... (rires)

C'est à dire que la communication, vous voyez, c'est assez réduit, donc je ne peux pas vous dire grand-chose ! Quand même on fait, des plaquettes (elle cherche dans ses dossiers). Donc ça, c'est publié à peu près une fois par an (elle me montre un livret avec les événements de l'année à Pontoise). Alors ça, c'est pas tout à fait la charte graphique, mais presque la charte graphique des Villes d'Art et d'Histoire, parce que pareil... Donc la couverture, c'est pas comme ça, mais après, l'intérieur, ça marche. Donc on a les petits flyers que je vous ai montrés, ça c'est pour les ateliers du patrimoine, et puis alors une fois par an on a... (elle me présente plusieurs documents chartés sur le modèle des VPAH) Celui-ci est pour les ateliers

pédagogiques. Je les ai tous, je vais vous les montrer et puis je vous en donnerai un exemplaire...

C : C'est gentil...

(Elle continue de fouiller dans ses dossiers) Alors on a changé de charte entre temps, donc ils ont changé de format. Au début, c'était des formats comme ça, carrés, donc ça c'est tout ceux qui sont dans les Villes d'Art et d'Histoire. On en a un général, un sur les fortifications, un sur les souterrains, un sur Notre-Dame, un sur Saint-Maclou, un sur la Justice, un sur l'Impressionnisme... On en a un sur la guerre de 14/18, sur les guerres de religion...

Là, on va bientôt avoir celui sur... On a fait une exposition sur les cinquante ans du collègue Nicolas Flamel et sur les soixante ans du lycée Pissaro à Pontoise, qui correspond à la création de deux quartiers, les Cordeliers et les Louvrais. Donc les Cordeliers, années cinquante et les Louvrais, années soixante : on a fait une grande exposition avec le CAUE, et avec le département, sur le sujet, donc on va sortir le livret sur les Cordeliers. Au départ, on voulait faire « Cordeliers/Louvrais », parce qu'on se dit qu'il n'y a pas grand-chose à dire sur ces quartiers, et en fait c'est pléthorique ! Évidemment, il y a beaucoup de choses très intéressantes dans le centre ancien, mais pour les archives c'est très réduit. Tandis que là, on a toutes les archives possibles, parce qu'on retrouve les plans, on retrouve les architectes, on retrouve tous les articles de journaux de l'époque...

Donc on n'a fait que les Cordeliers, on fera les Louvrais après. Notre objectif, ce serait de faire les autres quartiers par la suite, de faire une exposition sur tous ces quartiers modernes. Et là, l'exposition avait lieu justement dans le quartier des Louvrais, au théâtre de l'Apostrophe, qui est une scène nationale. Donc voilà, pouvoir faire des expositions dans les quartiers. Moi j'y ai fait des visites guidées, et ce qui était très émouvant, c'était que les gens étaient tellement contents qu'on parle de leur quartier ! Ils arrivaient avec leurs photos pour me dire : « Vous voyez, moi je suis arrivé... », « Regardez, ça c'est moi devant ma maison... ». Donc, quand on le pouvait, on faisait scanner les photos par les archives. Les gens, les habitants qui sont là depuis des années... c'était très émouvant de se dire : « On leur raconte leur histoire ». On a eu aussi beaucoup de classes, et on a pu expliquer aux jeunes qui sont dans ces collèges et lycées et qui n'aiment pas trop ces quartiers, que c'était formidable à l'époque, que les gens vivaient dans le centre-ville mais qu'il n'y avait pas d'eau courante, il n'y avait pas d'électricité, que les maisons avaient été bombardées... Ils découvrent ça et ils se disent : « Ah ouais, en fait c'était bien ».

Maintenant, ça aurait besoin d'être rénové, évidemment, et justement il y a une grande campagne de réhabilitation de ces quartiers actuellement sur la ville, donc ça permet de dire : « Il y a une histoire, il y a une raison qui explique pourquoi vous habitez là, et c'est pas qu'on

vous a mis dans les quartiers périphériques parce qu'on ne savait pas où vous mettre, non, c'est à l'époque, vraiment, il y a en plus une volonté de la ville... » Parce qu'il n'y avait qu'un seul quartier qui est dans le bas de la ville et qui est lié à la ville nouvelle, sinon les quartiers de Pontoise, c'est vraiment la ville de Pontoise qui a tout mis en œuvre, qui a dû faire des expropriations de terrain, racheter les terrains, revendre aux offices HLM, s'endetter sur 35 ans pour pouvoir engager des frais pour les offices HLM... C'est vraiment l'histoire de la ville moderne (elle revient aux documents VPAH). Donc, là, on a fait vraiment les grands classiques, qui sont très, très utilisés à l'office de tourisme où les gens les apprécient beaucoup. Là, on va plus s'intéresser au public local et travailler... ; là, on a un projet avec la Politique de la ville, et donc l'exposition a été visitée par le préfet à l'Égalité des chances qui va nous aider à faire un livre sur ces quartiers.

On a aussi un rôle social. Le Patrimoine, c'est pas que les vieilles pierres, c'est aussi l'histoire locale. Et ça c'est important aussi, le CIAP... Parce que justement les gens n'ont pas peur du CIAP. Quand ils arrivent, c'est des outils, c'est facile, c'est pas un musée avec des vitrines. Et surtout, on a le droit de toucher au CIAP. Et ça ils adorent !

On peut toucher et y a pas de problème. C'est fait pour.

C : Et vous voyez les gens toucher vraiment ? Je vous demande ça parce qu'une professionnelle de l'étude des publics nous a présenté un jour l'exemple d'un centre d'interprétation, où quand ce n'était pas indiqué, les gens ne touchaient pas. Ils n'osaient pas parce qu'ils ont l'habitude des musées...

Alors on a des choses sous vitrines, donc ça, on n'a pas à toucher. On a des vitrines amovibles donc ça c'est avec nous, on enlève et hop, les gens peuvent toucher. Par contre tous les objets tactiles, ça ils y vont, il n'y a pas de souci. Et quand les gens ont du mal à comprendre, on leur fait toucher la maquette.

C'est vrai qu'ils ne touchent pas d'eux-mêmes, sauf tout ce qui est numérique. Par contre, quand on est là, je leur dis : « Vous pouvez y aller, c'est fait pour... » (rires).

Et puis il y a des éléments sous vitrines, on n'y touche pas, il n'y a pas de souci.

Chez nous c'est bien différencié en fait : il y a des choses qu'on peut toucher et le reste, juste sous vitrine.

C : Est-ce qu'il y a des éléments que vous aimeriez pouvoir gérer vous-même, ou alors qui vous manquent ? Un soutien, un service qui vous aiderait plus, ou...

Bah, le service Communication, donc voilà (rires) ! Et puis aussi la signalétique. Là, on n'a que trois pauvres pochoirs au sol, donc ça c'est à travailler avec les services techniques. Ça a posé un problème à la ville, ils trouvent que c'est trop voyant.

Nous on est contents ! Donc on va compléter avec des panneaux et c'est un peu dur, en fait. C'est une ville... c'est compliqué. Les services techniques ont déjà commandé les panneaux, mais ils ne sont pas installés...

Et puis on a un autre souci, aussi, c'est qu'on est « Aire de valorisation de l'architecture et du patrimoine » et on a donc parfois des problèmes avec l'ABF⁹⁷. Mettre un panneau, c'est aussi très compliqué avec lui. Tout est compliqué parce que c'est une ville assez frileuse pour ça, et aussi parce qu'on a l'architecte des Bâtiments de France qui est très, très droit dans ses bottes. Quand on a fait les panneaux signalétiques « Impressionnismes », si on avait pu les cacher derrière des poubelles, ça l'aurait arrangé, donc voilà... (rires).

C'est toujours un peu compliqué à cause de ça. Sachant qu'il y a beaucoup de panneaux aussi dans cette ville, il y a beaucoup de panneaux qui sont moches et qui ne servent à rien. Il faudrait une réflexion globale, mais qui n'est pas faite actuellement.

Donc en fait, c'est plus un problème général de la ville, plus local, que de nous-mêmes.

C : Est-ce que l'Association des animateurs de l'architecture et du patrimoine vous soutient d'une manière ou d'une autre ? J'ai remarqué qu'il y a deux associations différentes, l'Association des animateurs de l'architecture et du patrimoine et Sites et Cités...

Alors ce sont deux choses tout à fait différentes. Sites et Cités, c'est plus la direction de nos élus. Ils proposent des formations et des conférences pour sensibiliser les élus et leur dire : « Voilà, vous pouvez proposer telle politique dans le cadre du label ». Les animateurs, c'est vraiment pour les animateurs, et c'est plus sur le statut et sur le fait qu'il y a vraiment pas mal de Villes et Pays d'Art et d'Histoire qui ne recrutent pas de vrais animateurs sur concours, ou qui laissent le poste un peu en plan et dispersé. C'est le cas en Île-de-France pour différentes personnes. C'est plus sur ça qu'ils travaillent. Sur le respect du statut, l'obligation de recruter les animateurs. Ils ne sont pas sur le local du tout. Par contre, le réseau est très utile. Dès qu'on a une question, on l'envoie au réseau, on a plein de réponses. Moi, pour le CIAP, pour faire les marchés, j'ai reçu plein d'exemples. Maintenant, c'est moi qui envoie mon marché, qui dit : « Attention faut pas faire ci, faut faire ça ». Le réseau est ultra réactif pour tout ce qui est quotidien, mais ce n'est pas l'association en elle-même, c'est le réseau. En fait, on a une adresse mail qui est donnée par le ministère qui est « aap », qui permet de communiquer, et c'est surtout ça, moi, qui me sert. L'association, il y a une réunion par an, donc on y va, mais c'est plutôt pour protéger le statut. Surtout qu'il y a des animateurs qui sont, enfin... Moi par exemple, j'ai un poste de catégorie A, mais j'avais un concours de catégorie B. J'ai passé le

⁹⁷ ABF : Architectes des bâtiments de France

concours d'animateur, mais soit j'étais en contractuel catégorie A, soit j'étais titulaire en catégorie B. Donc je suis restée titulaire Catégorie B, mais j'ai dû passer quand même le concours d'animateur. Vous voyez, c'est des trucs aberrants. Il y a des animateurs employés par des associations, ils sont en CDD renouvelés je ne sais pas combien de fois. Ils sont plus sur le fond du problème que sur les petits tracés du quotidien des animateurs, qui sont généralement des problèmes de fonction publique, qu'on trouve partout et qui ne sont pas spécifiques aux animateurs.

C : Vous avez obligation de faire du lien avec les différents CIAP et les Villes et Pays d'Art et d'Histoire qui vous entourent ?

On a des réunions avec la DRAC de l'Île-de-France, avec des animateurs Île-de-France. Je communique pas mal avec eux, parce qu'en plus on a des problèmes un peu communs avec certains. On a à la fois un bassin de population très important et on est phagocytés par Paris. Et surtout Saint-Denis, elle a dû vous le dire, c'est catastrophique. Les gens préfèrent prendre le métro et aller à Paris que d'aller juste à côté de chez eux.

Nous, on a un petit peu ce souci-là. Les gens ne savent pas qu'ils ont une ville médiévale juste à côté à visiter, avec des remparts et tout le tintouin, et ils vont préférer aller beaucoup plus loin. Ils vont aller jusqu'à Provins, qui est aussi une Ville d'Art et d'Histoire, plutôt que de se dire « j'ai ça ». à 40 minutes de la gare Saint-Lazare.

Alors nous on a moins ce problème parce qu'on est très facilement accessibles depuis Paris. On a cette chance d'avoir trois lignes de train, on a la ligne depuis Gare du Nord, la ligne Saint-Lazare et le RER C. Donc on a pas mal de guides-conférenciers, on en a une dizaine qui viennent travailler sur Pontoise facilement. Par contre, mes collègues de Rambouillet, du Parc du Vexin, qui sont plus éloignés, alors qu'il y a plein de guides sur Paris, eux n'arrivent pas à fidéliser des guides sur leurs territoires.

C'est très compliqué pour eux d'avoir des guides pour faire les visites.

À Vincennes, ils n'ont pas ce problème. Il faut ça, voilà, ça marche tout seul. Nous on est encore assez accessibles. Saint-Denis aussi, ils n'ont pas de soucis, mais il y a des territoires, pour trouver de l'emploi, c'est compliqué. Mais aussi c'est un Pays, donc il faut vraiment être motorisé, comme au Pays du Vexin français.

Le Parc du Vexin français, c'est vraiment plus complexe. Sachant que les guides sont souvent sur Paris, ils ne sont pas motorisés, parce qu'ils s'y déplacent facilement. Nous on a des guides qui viennent de l'autre bout de Paris, mais bon, en une heure ils arrivent à Pontoise sans souci. Quand il n'y a pas de grève (rires).

Nous on a des guides qui vivent ici et qui font des visites jusqu'à Saint-Quentin-en-Yvelines, jusqu'à Meaux... Eux arrivent à trouver des guides parce que Saint-Quentin est très facile d'accès.

Donc ici on a des problèmes urbains, et aussi des problèmes que peuvent rencontrer les Pays d'Art et d'Histoire, à savoir certaines difficultés d'accès pour certains.

C'est ça qui fait le lien. Des problèmes communs et des atouts communs.

C : Et vous avez des gens qui ont visité d'autres CIAP ailleurs, dans la région ?

Je ne sais pas si ce sont les CIAP ou les Villes et Pays d'Art et d'Histoire : il y en a qui connaissent bien le réseau. Surtout que - je vous la passerai - pour les 20 ans du label, il y a eu une brochure spéciale Île-de-France, avec tous les sites de l'Île-de-France. Moi je suis arrivée à la fin, c'était surtout mon prédécesseur qui avait tout fait. Je suis vraiment arrivée pour vérifier les légendes des images, en 2015... (elle me montre le livret en question). Donc on se renvoie la balle. Il y a des gens qui connaissent bien.

C'est pas vraiment les CIAP, en fait. Quand il y en a un, les gens viennent voir, mais il n'y en a pas tant que ça. Il y en a un petit à Saint-Quentin, mais il est dans le musée d'Histoire, donc il est plus intégré au musée d'Histoire. Officiellement, on est le seul de l'Île-de-France. En fait, il y a de petites salles... Au Parc du Vexin français, ils n'ont pas de CIAP, mais ils avaient un centre d'interprétation du parc avant d'être labellisés, à Méricourt. Ils n'ont pas de CIAP, mais ils ont quelque chose qui est très, très, très ressemblant. Qui est un petit peu vieillissant, puisque ça fait longtemps qu'ils l'avaient. Ils étaient même un petit peu pionniers.

Donc il y a des choses comme ça, mais les gens viennent plutôt parce qu'ils savent que dans les Villes d'Art et d'Histoire, ils vont trouver du patrimoine, ils vont avoir des visites guidées avec l'office de tourisme, ils auront de la documentation, ils auront tout ce qu'il faut.

C : Donc c'est un label qui fonctionne déjà, en fait ?

Oui, oui ! Il date déjà des années quatre-vingt, ce label, donc les gens le connaissent. En fait, on a un problème avec le changement de charte : les gens l'intègrent moins parce qu'avant c'était « Laissez-vous conter ». Maintenant c'est « Explorateur », « Focus ». Tout ça, ça parle moins aux gens... Mais le réseau lui-même... C'est même un peu dommage parce qu'en fait, nous on voulait un nouveau site national, donc on avait demandé ça au ministère pour les 20 ans ou les 30 ans du label. Ils ont préféré ne pas refaire un site, le site n'existe plus, enfin il n'est plus alimenté, et ils ont préféré payer une nouvelle charte graphique. Le ministère ne nous écoute pas, c'est vraiment dommage... Les relations sont un peu compliquées avec le ministère, qui nous dit ce qu'il faut faire. Par contre, avec les DRAC, on travaille très très bien, parce qu'eux ont les mains dans le cambouis. Généralement, on travaille plus avec les DRAC

qu'avec le ministère. À tel point que là, une circulaire vient de passer en janvier : maintenant, l'attribution du label ne sera plus nationale, ça va être régionalisé. Il y aura des validations supérieures, par le ministère, mais comme ce sera validé par la DRAC...

Nous en Île-de-France, ça nous arrange. Il y a des régions où les DRAC sont beaucoup moins actives, où les animateurs par exemple ne sont pas beaucoup « com' », voilà... (rires). L'Aquitaine, par exemple, ils sont super actifs, ils ont des animateurs sur tout leur territoire... Ça va faire des disparités par région, parce qu'il y a des régions qui sont moins attachées à ce label que d'autres. Nous ça va, donc on est content, mais c'est vrai qu'il y a des gens qui râlaient. Parce qu'au moins, c'était assez uniforme. Le ministère est assez distant, donc nous on aimait moins, mais il l'était avec tout le monde, c'était égalitaire (rires). Mais là, ça peut poser problème pour certains sites.

C : Je me suis demandé pourquoi le site des animateurs du patrimoine était si vieillissant ? Est-ce que c'est celui du ministère, d'abord ? Peut-être que ce n'est pas celui de votre association...

Et bien c'est ça, c'était le site du ministère, en fait. Ils ne veulent plus mettre de l'argent dans des sites indépendants. Ils nous ont dit d'ailleurs : « On veut regrouper les labels, il y a trop de labels ». Je veux dire, attendez, nous on s'est construit sur trente ans sur un label spécifique, qui n'est pas à l'origine un label touristique. Ce qu'il faut bien comprendre, c'est que c'est d'abord un label de qualité local et territorial. Ça veut dire que la ville met en place des efforts pour faire découvrir à ses habitants son patrimoine, et après, aux touristes. Donc nous, on ne voulait pas être mélangés avec d'autres labels touristiques. On ne dépend pas du ministère du Tourisme, on dépend de la section Architecture du ministère de la Culture et on y tient. Voilà, c'est un label qualitatif, et ce n'est pas quantitatif.

On nous demande des chiffres, hein, je suis d'ailleurs en train de faire le bilan 2019, pour les subventions 2020. Évidemment, il faut faire un bilan chiffré, mais il vaut mieux avoir 20 personnes qui vont faire une visite et qu'elle se passe très bien, et que ce soit un public local, que 100 personnes, à la chaîne... On n'est pas des *tour operator*. Alors évidemment, plus il y a de monde plus on est contents, mais il y a un côté qualitatif qui est très important, et surtout sur la durée. Par exemple, on a fait cette exposition sur les quartiers, donc cette année on travaille avec la Politique de la ville et on va travailler sur cette exposition dans les maisons de quartiers dans le cadre de « C'est mon patrimoine ». On publie nos petits livrets, et on va faire un livre après avec le département et le CAUE. Donc c'est vraiment sur la durée que ça compte. On est très attachés à ce label dans le sens qualitatif.

C : Et bien je vous remercie beaucoup !

Annexe IV - Guide d'entretiens avec les animatrices de l'architecture et du patrimoine

Ce guide d'entretien m'a servi à mener la discussion sur les sujets importants pour ce travail de recherche. Il ne s'agissait pas de poser des questions les unes après les autres, plutôt d'aborder ces entretiens comme des discussions ; il m'était nécessaire de ne pas oublier de demander plusieurs éléments importants.

- Présentation de l'animatrice, de son service
- Particularités du CIAP dans cette commune ?
 - **Message** - postulat de départ - surface - blocages et difficultés éventuelles
 - **Nom du lieu**
- Public attendu
 - Étude existante ? Modification envisagée pour lui correspondre ?
- Place de la communication
 - Service dédié ? Inclus ou pas dans le projet de CIAP ?

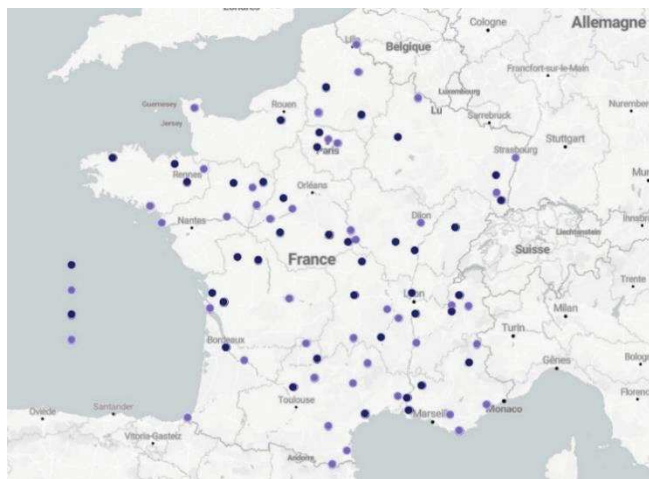
Annexe V - Tableau des CIAP et VPAH de France⁹⁸

Régions	Nbre de VPAH	CIAP en projet	CIAP ouvert	Nbre total de CIAP (en projet + ouverts)	% nbre de CIAP/nbre de VPAH	Nbre de VPAH sans AAP	% nbre de VPAH sans AAP/nbre de VPAH
Auvergne-Rhône-Alpes	22	6	7	13	59 %	0	0 %
Bourgogne-Franche Comté	15	3	3	6	40 %	5	33 %
Bretagne	13	2	3	5	38 %	0	0 %
Centre - Val-de-Loire	10	2	4	6	60 %	0	0 %
Corse	4	0	0	0	0 %	2	50 %
Grand-Est	15	3	3	6	40 %	1	7 %
Guadeloupe	2	0	1	1	50 %	1	50 %
Guyane	2	1	1	2	100 %	0	0 %
Hauts-de-France	16	3	2	5	31 %	0	0 %
Île-de-France	10	2	2	4	40 %	1	10 %
Martinique	1	1	-	1	100 %	0	0 %
Normandie	9	1	1	2	22 %	3	33 %
Nouvelle-Aquitaine	30	4	5	9	30 %	1	3 %
Occitanie	27	8	4	12	44 %	1	4 %
Pays de la Loire	12	4	2	6	50 %	0	0 %
Provence-Alpes-Côte d'Azur	12	4	4	8	67 %	1	8 %
Réunion	3	0	0	0	0 %	1	33 %
Total	203	44	42	86	42 %	17	8 %

^{98 98} Source : Association nationale des animateurs de l'architecture et du patrimoine. CIAP/État des lieux/Février 2019. UMAP. Date de publication : 02.2019. Disponible sur : http://umap.openstreetmap.fr/fr/map/ciap-etat-des-lieux-fevrier-2019_293117#6/45.506/-5.010. [Consultée le 23.07.2019]

Annexe VI - Cartes des CIAP ouverts, en projet ou non envisagés.

Source : Association nationale des animateurs de l'architecture et du patrimoine. CIAP : État des lieux Février 2019⁹⁹.



- CIAP ouverts en février 2019
- CIAP en projet en février 2019

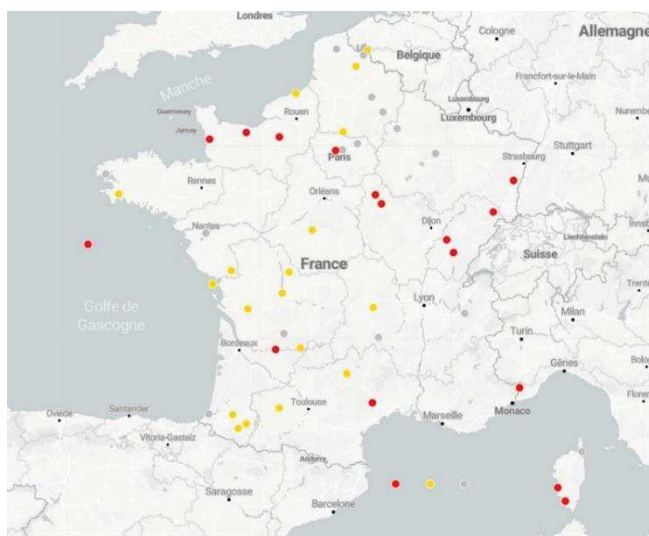
Nous observons ici une quasi-absence de CIAP, ouverts ou en projet, dans une grande partie du Grand-Est, en Normandie, dans le sud de la Nouvelle-Aquitaine, à la Réunion (hors carte) et en Corse.

Rappelons que Mayotte ne comporte pas de VPAH.



- CIAP envisagés en février 2019

Nous repérons les mêmes zones vierges de projet, à quelques exemples près. La Guyane, la Martinique et la Gadeloupe n'ont pas de projets en cours.



- CIAP non envisagés en février 2019
- VPAH sans AAP en février 2019

Les zones sans projet de CIAP font leur apparition sur cette carte, à l'exception du même triangle Dijon-Paris-Strasbourg observé dans la première carte, où les VPAH ne sont pas légion.

En rouge, les VPAH sans AAP soulignent le problème des régions peu impliquées dans le label.

⁹⁹ Op.cit. p.137

Annexe VII - Liste des CIAP de France ouverts en février 2019

Liste des noms d'usage des CIAP et mise en surbrillance de ceux mentionnant le nom de CIAP ou de Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine¹⁰⁰.

CIAP ouverts au public en février 2019	Date d'ouverture	Nom d'usage	Fréquentation 2018
Agglomération du Puy-en-Velay	2011	Espace art et patrimoines	7311
Amiens métropole	2020	CIAP	6625
Anancy	2008	Pays de l'île / CIAP	62186
Arlès	2004	CIAP de préfiguration	4994
Autun	2017	Destination Autun	-
Basse-Terre (Guadeloupe)	2002	Maison de l'architecture et du patrimoine	7493
Beaucaire	2015	Maison du tourisme et du patrimoine	2808
Besançon	2015	CIAP	-
Bordeaux	2014	Bordeaux Patrimoine mondial	73600
Bourges	1995	Bourges, la mémoire d'une ville	-
Châlons-en-Champagne	2012	Espace Châlons, Ville d'Art et d'Histoire	4205
Châlon-sur-Saône	2001	Espace patrimoine	5556
Chambéry	2010	Hôtel de Cordon / CIAP	22000
Coëvrons-Mayenne	2009	Château de Sainte-Suzanne / CIAP	22445
Dinan	2011	CIAP / Centre du patrimoine	35000
Dombes Saône Vallée	2008	Carré patrimoines / CIAP	7000
Grand Figeac Vallées du Lot et du Célé	1998	Espace patrimoine	17000
Grand Poitiers	2000	Salle du patrimoine	-
Loches	2002	La Chancellerie	-
Loire Val d'Aubois	2017	CIAP La Tuilerie	1000
Métropole Rouen Normandie	2010	La fabrique des savoirs / CIAP	-
Montauban	2008	Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine / CIAP	13477
Moulins	2003	Espace patrimoine	17214
Mulhouse	2016	Maison du patrimoine Edouard Boeglin	3620
Parthenay	2018	CIAP	1508
Pays de Morlaix	2014/2018	CIAP La Maison Penanault & CIAP les enclos	-
Perche-Sarthis	2008	Exposition permanente Paysage en R'évolution	771
Pézenas	2009	CIAP	-
Pontoise	2017	Carré patrimoine	3744
Rennes Métropole	1998	CIAP	-
Riom	1991	La tour de l'horloge	-
Rochefort	2006/2019	Centre de l'architecture et du patrimoine	19115
Saintes	2001	CIAP	3000
Saint-Laurent-du-Maroni (Guadeloupe)	2015	Le camp de la transportation / CIAP	-
Saint-Quentin-en-Yvelines	2017	Musée de la ville	9468
Serre-Ponçon Ubaye Durance	2016	Le XXe	5000
Soissons	2007	CIAP de Soissons	16200
Val d'argent	2016	Les clés du Val d'argent / CIAP	1386
Vendôme	2014	Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine	8734
Ventoux Comtat Venaissin	2012	Centre de l'architecture et du patrimoine	6000
Vienne	1999	Salle du patrimoine	9842

¹⁰⁰ Source : Association nationale des animateurs de l'architecture et du patrimoine. CIAP/État des lieux/Février 2019. UMAP. Date de publication : 02.2019. Disponible sur : http://umap.openstreetmap.fr/fr/map/ciap-etat-des-lieux-fevrier-2019_293117#6/45.506/-5.010. [Consultée le 23.07.2019]

Annexe VIII - Tableau de ratio m²/fréquentation des CIAP en 2018

Région - nbre de VPAH dans la région	VPAH en décembre 2019	nbre de communes	Année de signature de la charte	Année de création	Surface en m ²	Fréquentati ⁿ 2018	Ratio m ² /fréquentation
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES	Anancy (VAH / agglo)	1	2004	2008	660	62186	94,22
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES	Chambéry	1	1985	2010	1400	22000	15,71
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES	Moulins Communauté (PAH / CA)	1	1997	2003	395	17214	43,58
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES	Pays de Dombes-Saône-Vallée	19	2008	2014	285	7000	24,56
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES	Pays du Puy-en-Velay (PAH / agglo)	28	2005	2011	1000	7311	7,31
BOURGOGNE-FRANCHE COMTE	Chalon-sur-Saône	1	1996	2001	250	5556	22,22
BRETAGNE	Dinan	1	1986	2011	250	35000	140,00
Centre - Val-de-Loire	Pays Loire Val d'Aubois	50	2010	2017	800	1000	1,25
Centre - Val-de-Loire	Vendôme	1	1986	2014	224	8734	38,99
GRAND-EST	Châlons-en-Champagne	1	2007	2012	350	4205	12,01
GRAND-EST	Mulhouse	1	2008	2016	300	3620	12,07
GRAND-EST	Pays du Val d'Argent	4	2005	2016	250	1386	5,54
GUADELOUPE	Basse-Terre	1	1995	2002	700	7493	10,70
Hauts-de-France	Amiens Métropole (PAH / agglo)	39	1992	2019	500	6625	13,25
Hauts-de-France	Soissons	1	1988	2007	500	16200	32,40
Île-de-France	Pontoise	1	2006	2017	195	3744	19,20
Nouvelle-Aquitaine	Bordeaux	1	2009	2014	350	73600	210,29
Nouvelle-Aquitaine	Pays de Parthenay	39	1993	2018	185	1508	8,15
Nouvelle-Aquitaine	Saintes	1	1989	2001	600	3000	5,00
Occitanie	Beaucaire	1	2001	2015	355	2808	7,91
Occitanie	Montauban	1	1998	2008	598	13477	22,54
Occitanie	Pays du Grand-Figeac Callées du Lot et du Célé	92	2017	1998	130	17000	130,77
Pays de la Loire	Pays Coëvrons-Mayenne	69	2005	2009	700	22445	32,06
Pays de la Loire	Pays du Perche-Sarthois	75	1998	2008	60	771	12,85
Provence-Alpes-Côte d'Azur	Arles	1	1986	2004	330	4994	15,13
Provence-Alpes-Côte d'Azur	Pays de Carpentras et du Comtat Venaissin (PAH / agglo)	25	1998	2012	376	6000	15,96
Provence-Alpes-Côte d'Azur	Pays S.U.D (Serre-Ponçon Ubaye Durance)	30	2011	2016	60	5000	83,33

Ce tableau a été réalisé à partir des données trouvées sur la carte dynamique des VPAH, réalisée par l'ANAAP en février 2019.

Ce ratio peut servir d'indicateur sur la fréquentation de ces lieux, mais il doit être croisé avec d'autres informations pour être vraiment utile et pour pouvoir estimer le coût d'un CIAP par rapport à sa fréquentation, dont son coût de création et de maintenance, son budget annuel, sa charge salariale, le nombre d'événements et d'actions mises en place, etc.

Annexe IX - Le RU - Repaire Urbain et sa communication en images



Revue Métropole – Été 2020.



« Les actualités à Angers » : capture d'écran réalisée le 5 septembre 2020. © Angers.fr



Signalétique du Repaire Urbain.
Clichés réalisés le 24 juillet 2020.



Capture d'écran de l'application **Vivre à Angers – Agenda**, le dimanche 2 août 2020.

Mots-clés

CIAP - Centre d'interprétation - Angers - Publics - Communication - Discours - Patrimoine - Territoires - Collectivités - Politique des publics - Service des publics

Résumé

Les Centres d'interprétation de l'architecture et du patrimoine sont des institutions culturelles créées par le ministère de la Culture et mises en place dans les villes et communautés de communes labellisées Ville ou Pays d'Art et d'Histoire. Sous la tutelle des collectivités locales qui les mettent en place et des DRAC qui vérifient leur adéquation avec la convention du label, ces lieux de médiation porte la politique des publics des élus municipaux sur les questions d'urbanisme et transmettent au public les clés de compréhension du patrimoine - matériel, immatériel, historique, industrielle, environnemental, ... - au public. Par leur travail auprès des publics et par leur mission d'interprétation du patrimoine, les services qui les gèrent sont à la fois des services de la communication et des publics dans leur territoire.

Ce travail de recherche porte sur la réflexion et la mise en place de ces deux domaines - communication et services des publics - à la création d'un CIAP par les conducteurs et les responsables du projet, et de leur correspondance avec leur territoire d'inscription et de leurs missions.

Pour cela, nous nous sommes basée sur un corpus restreint de cinq CIAP, en projet ou récemment ouverts, à savoir ceux d'Angers, Bordeaux, Dijon, Plaine Commune et Pontoise. Parmi eux, celui d'Angers a été particulièrement étudié : ouvert en février 2020 au sein d'un pôle culturel regroupant plusieurs services culturels municipaux, il a permis de travailler sur plusieurs particularités intéressantes.