



# Patrimoine

## Enjeux

La question des patrimoines est au cœur du développement touristique, comme le note Philippe Bélaval, président du Centre des monuments nationaux, pour qui « *Tout tourisme est éminemment culturel.* » Le rapport comportant 54 suggestions pour améliorer la fréquentation touristique de la France à partir de nos patrimoines, présenté par Martin Malvy<sup>1</sup>, dresse un panorama des ressources patrimoniales qui irriguent largement les territoires.

La France compte 44 600 monuments historiques classés ou inscrits, dont « *plus de 6 000 en Nouvelle-Aquitaine, quelque 4 660 en Occitanie et autant en Auvergne-Rhône-Alpes, 4 200 en Grand Est, 4 000 en Île-de-France, 3 500 en Bourgogne-Franche-Comté, autour de 3 000 en Bretagne, Hauts-de-France, Normandie et Centre-Val de Loire, autour de 2 000 en PACA et Pays-de-la-Loire, plus de 470 dans les Outre-mer et 300 en Corse.* » Il s'agit, pour près de la moitié, de bâtiments construits entre le XVI<sup>e</sup> siècle et le XVIII<sup>e</sup> siècle et, pour un tiers, au Moyen Âge. S'y ajoutent 2 800 édifices ou ensembles urbains qui bénéficient du label « Patrimoine du XX<sup>e</sup> siècle », eux aussi largement répartis. Les bâtiments protégés appartiennent principalement à des particuliers (49 %) et à des communes (43 %), l'État en possède pour sa part 4 %, les établissements publics intercommunaux 1.3 %, les Départements 1.8 % et les Régions 0.1 %<sup>2</sup>.

Des édifices ou bâtiments plus récents drainent aussi un nombre important de touristes : à l'image de la Cité radieuse à Marseille, le Centre Pompidou, le musée du quai Branly ou le viaduc de Millau en sont des exemples.

Cette richesse patrimoniale s'accompagne d'une grande diversité de paysages dont certains font partie des 2920 Sites classés et sont, à ce titre, protégés.

Ainsi, la définition du patrimoine inclut non seulement aujourd'hui l'ensemble des patrimoines, dont la gastronomie ou l'œnologie, mais aussi les pratiques culturelles, dont les festivals et les savoir-faire. Les 1 885 festivals qui se déroulent dans toute la France, permettent d'attirer les publics, aussi bien dans les métropoles que dans de petites communes<sup>3</sup>.

Avec les chartes du tourisme culturel adoptées par ICOMOS en 1976, puis en 1999, la place des patrimoines dans le tourisme est clairement identifiée.

Dans la Charte de 1999, la notion de patrimoine s'est considérablement élargie : « *Le patrimoine est un concept vaste qui réunit aussi bien l'environnement naturel que culturel. Il englobe les notions de paysage, d'ensembles historiques, de sites naturels et bâtis aussi bien que les notions de biodiversité, de collections, de pratiques culturelles traditionnelles ou présentes, de connaissance et d'expérimentation. Il rappelle et exprime le long cheminement du développement historique qui constitue l'essence des diverses identités nationales, régionales, indigènes et locales, et fait partie intégrante de la vie moderne. C'est un point de référence dynamique et un instrument positif du développement et des échanges. Le patrimoine particulier et la mémoire collective de chaque lieu et de chaque communauté sont irremplaçables et représentent une base essentielle du développement, à la fois maintenant et pour l'avenir.* »

<sup>1</sup> Martin Malvy *54 suggestions pour améliorer la fréquentation touristique de la France à partir de nos patrimoines* (2017).

<sup>2</sup> Sénat, Rapport d'information sur les dépenses fiscales relatives à la préservation du patrimoine bâti, par M. Vincent Eblé, sénateur, au nom de la Commission des finances (2015), p. 13.

<sup>3</sup> Sacem- Baromètre 2015 des festivals de musiques actuelles

Les musées, vitrines de l'offre culturelle

Autre prisme, celui des musées. Plus de mille « musées de France », près de 65 millions<sup>4</sup> de visiteurs. Ces musées sont à 82 % la propriété des collectivités, 13 % d'associations et 5% de l'État, parce qu'ils démontrent l'importance du réservoir potentiel de l'offre culturelle française, et les conséquences à en espérer sur le développement de l'économie touristique.

Pour de multiples collectivités, le musée est une pièce maîtresse, à la fois en matière de culture mais également d'accueil et d'économie. Le musée, implanté le plus souvent au cœur de la ville, est le seul espace d'accueil ouvert toute l'année et les dimanches. De nombreuses collectivités ont fait le choix d'un nouveau projet muséal, de nouvelles scénographies, afin de renouveler l'offre auprès des habitants mais aussi la rendre plus attractive aux yeux des visiteurs. Ainsi nombre de musées ont fait peau neuve ces dernières années, tels le musée Fabre à Montpellier, le muséum de Toulouse, le palais des ducs de Lorraine à Nancy, le musée breton de Quimper, les musées des Beaux-Arts de Rouen ou Angoulême, etc... en s'adjoignant des outils numériques pour rendre la visite plus ludique. La question des publics est présente dans la gestion des musées : comment attirer de nouveaux publics et les fidéliser ? Plusieurs ont créé un service dédié à ces questions. Comment renouveler les expositions temporaires et à quel coût ? Comment aussi augmenter les recettes, notamment autour des boutiques ? Ces réflexions sont souvent menées en interne. Elles devraient être conçues et menées en lien avec la politique touristique des territoires.

Avec l'essor des applications mobiles et de la réalité augmentée, les clientèles européenne et internationale sont de plus en plus en demande de nouvelles expériences clients, intégrant l'utilisation des outils numériques. C'est la raison pour laquelle nous devons inciter les sites culturels en région à structurer leur offre sur cette question du numérique.

Les technologies numériques impactent les différents aspects de la gestion du patrimoine culturel : la préservation et la conservation, la recherche, la médiation culturelle et la valorisation.

- Conservation et préservation du patrimoine culturel.
- Recherche, partage et accroissement des connaissances (archéologie, monuments historiques, objets mobiliers, œuvres d'art, etc.).
- Transmission, valorisation et médiation (diffusion de la connaissance). Démocratisation culturelle via les outils numériques (publics empêchés, publics éloignés, nouveaux publics).
- Production de contenus numériques de qualité (rigueur scientifique, qualité technique des dispositifs et équipements), éviter le divertissement au détriment des missions éducatives des institutions culturelles.
- Conservation du patrimoine numérique.

## Ressources

### Conservation et protection

Conservation préventive et restauration des éléments du patrimoine mobilier, bâti et écrit.

- Analyse et identification d'œuvres et objets archéologiques par des méthodes non destructives, visualisation et manipulation d'objets inaccessibles (numérisation multi spectrale des œuvres, tomographie, etc.).
- Préservation des originaux : accès du public à des versions numériques (numérisation des collections et de leurs métadonnées, mises en ligne, visites en réalité virtuelle, etc.).
- Opérations de restauration (œuvres, monuments, etc.) : campagnes de crowdfunding, plateformes de financement, mécénat participatif (Dartagnans, Commeon, Fondation du patrimoine, etc.).

---

<sup>4</sup> Chiffres : clés statistiques de la culture et de la communication 2016, p.136 : 1 218 musées de France (1004 ouverts au public), 64.87 millions d'entrées en 2014.

- Supports de conservation.
- Optimisation des conditions de conservation : sécurité, gestion du climat dans les réserves, centre de conservation et d'étude (système centralisé de surveillance de la température et de l'hygrométrie, système d'alerte).

## Recherche

- Techniques d'acquisitions de données 2D et 3D (drone, scanner, thermographie, photogrammétrie, etc.) ;
- Structuration des données archéologiques, historiques, documentaires et patrimoniales (SGBD, SIG, XML, Web sémantique, etc.) ;
- Représentation de données cartographiques (outil SIG) ;
- Modélisations et analyses numériques des données (analyse spatiale, analyse 2D/3D, analyses statistiques, etc.) ;
- Outils de diffusion des résultats de recherche sur le Web et nouvelles pratiques de la recherche (plateforme participatives, crowdsourcing, open data, etc.) ;
- Mise en réseaux des institutions, échanges entre professionnels, chercheurs, amateurs, etc. : plateformes, forum de discussion, réseaux sociaux, bases de données.

## Diffusion, valorisation et médiation

- **Relations avec le public**  
Diffusion d'informations (musées, sites archéologiques, monuments, centres de ressources, etc.) : informations pratiques et préparation à la visite, téléchargement de documents (sites Internet et réseaux sociaux type Twitter, Facebook, Instagram, etc.).  
Billetterie et réservation en ligne, boutique en ligne.  
Participation du public internaute : collaboration à l'identification d'œuvres et documents (musée de Bretagne), etc.
- **Diffusion des collections**  
**Collections muséales en ligne** : elles associent généralement la notice descriptive de l'œuvre (catalogue en ligne) et sa représentation photographique numérique (exemples : musée des Beaux-Arts de Lyon, Louvre-Lens). L'accès à ces bases de données se fait grâce à des moteurs de recherche (facettes, etc.). Le projet **France Collections 3D** va plus loin en proposant un accès 3 D aux œuvres (nécessitant au préalable une numérisation en 3 D). Exemple au musée d'archéologie nationale de Saint-Germain-en-Laye<sup>5</sup>.
- **Expositions virtuelles**  
Pérennisation d'expositions temporaires par leur numérisation et leur mise en ligne ou expositions conçues en version numérique pour le WEB.
- **Web Documentaires**  
INRAP, musées, sites patrimoniaux (Arènes de Nîmes), etc.
- **Bases de données,**  
souvent associées à une GED (Gestion électronique des documents), elles permettent la diffusion et le partage de données. Le ministère de la Culture a ainsi développé plusieurs outils numériques alimentés par les structures patrimoniales nationales et territoriales (musées, archives, services de l'inventaire, etc.) :  
le moteur de recherche **Collections** (plus de 7.5 millions de documents et plus de 5.7 millions d'images donnant un accès direct à 73 bases de données, 687 expositions virtuelles et 178 sites Internet provenant tant du ministère que de sites partenaires. Plateforme POP (plateforme ouverte du patrimoine) ;

<sup>5</sup> <https://musee-archeologienationale.fr/musee-collections/les-collections-en-3d>

L'accès aux bases **Mérimée** (architecture), **Joconde** (musées de France), **Palissy** (mobilier), **Mémoire** (images), base Enluminures, etc., [Actuellement en version bêta] ou l'**Atlas des patrimoines** (ministère de la Culture)  
Représentation cartographique des données règlementaires dans le domaine du patrimoine, des lieux et structures labellisés par l'État, des équipements et autres entités qui composent le paysage culturel.

### **Médiation culturelle**

- Nouveau public (en situation de handicap, jeunes, plus mobiles, etc.).
- Accès au patrimoine « à distance » : robots de visite (château d'Oiron dans les Deux-Sèvres), réalité virtuelle (grotte Chauvet), collections en ligne, etc.
- Nouvel outil de médiation pour les professionnels : dispositifs de diffusion du savoir et de l'information plus ludiques, plus interactifs.
- Applications mobiles, bases de données, bornes interactives, expositions virtuelles, maquettes et plans interactifs, visites en réalité augmentée et réalité virtuelle, dispositifs ludiques (jeux d'apprentissage, de découverte, etc.).