

---

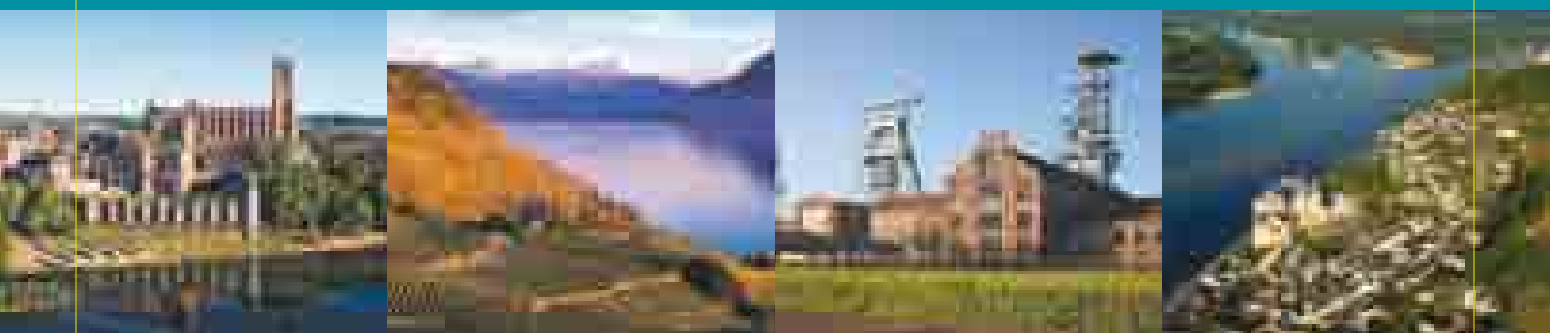
**TOURISME & PATRIMOINE MONDIAL**  
DES CLÉS POUR UNE RÉUSSITE DURABLE

---

# Rencontres techniques #2

## des Climats de Bourgogne

9 DÉCEMBRE 2013 - DIJON

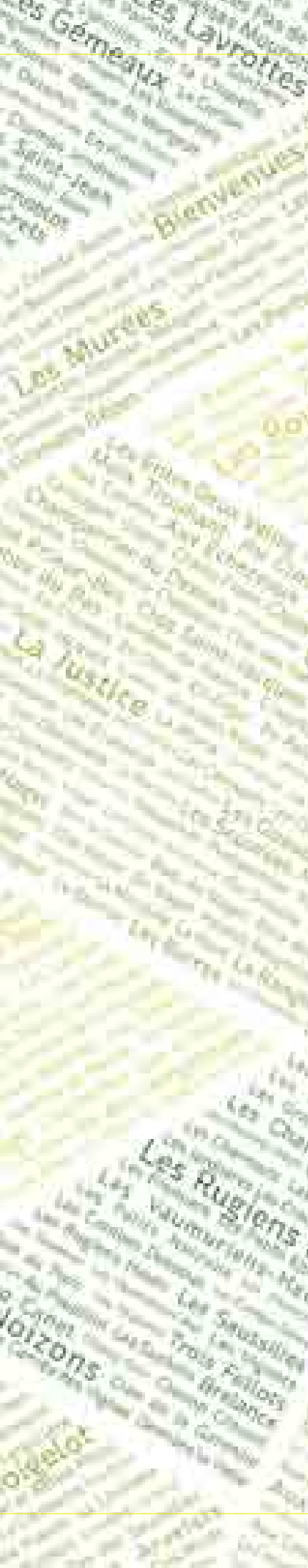


**LES ACTES & LE PLAN DE GESTION**



Les Climats  
du vignoble  
de Bourgogne  
ASSOCIATION

## Rencontres techniques #2 des Climats de Bourgogne



---

## TOURISME & PATRIMOINE MONDIAL

### DES CLÉS POUR UNE RÉUSSITE DURABLE

---

#### 4 Introduction

## LES ACTES

#### 8 Ouverture

#### 16 Grands témoins

#### 30 Retours d'expérience

#### 40 Partage d'expérience

#### 56 Table-ronde

#### 62 Clôture

## LE PLAN DE GESTION

#### 66 Introduction

#### 68 Défis et enjeux en matière de tourisme et de médiation

#### 80 Remerciements

## La candidature des Climats au Patrimoine mondial de l'UNESCO

“ En Bourgogne, quand on parle d'un climat,  
on ne lève pas les yeux au ciel, on les baisse sur la terre ”

**BERNARD PIVOT,**

président du comité de soutien

### Qu'est-ce qu'un climat en Bourgogne ?

Les « Climats », ce sont ces parcelles de vignes soigneusement délimitées qui font la beauté des paysages et l'excellence des vins bourguignons. Ils sont le produit d'une alchimie entre la nature, riche d'une diversité de sols, et une culture, issue du travail des Hommes sur deux millénaires. Nulle part ailleurs la volonté de relier le vin au lieu qui l'a produit, de l'identifier par son origine, n'a été poussée aussi loin qu'en Bourgogne. Les Climats ont donné leur nom à des crus d'exception, connus dans le monde entier : Romanée-Conti, Clos de Vougeot, Montrachet, Musigny, Corton...

### Pourquoi inscrire les Climats ?

Une inscription au Patrimoine mondial de l'UNESCO représenterait la reconnaissance mondiale :

- d'un site culturel unique façonné par l'Homme depuis 2 000 ans
- d'un modèle de viticulture de terroir qui rayonne dans le monde entier
- d'un patrimoine bâti exceptionnel lié à la culture de la vigne.

Elle garantirait la transmission aux générations futures de cet héritage unique.

### L'ambition

Lancée en novembre 2006 à l'occasion de la Vente des Vins aux Hospices de Beaune, la candidature des Climats au Patrimoine mondial de l'UNESCO est un formidable levier de mobilisation et d'actions pour le territoire et de tous ceux qui le font vivre. Pour porter ce formidable projet de territoire, une Association a été créée en 2007. Ses missions ? Sensibiliser le grand public à la candidature et mettre en œuvre, avec les acteurs du territoire, un plan de gestion partagé en architecture, environnement, développement économique, tourisme...

### Objectif UNESCO 2015

Le dossier des Climats du vignoble de Bourgogne a été formellement déposé par la Ministre de la Culture et de la Communication, Madame Aurélie Filippetti, auprès de l'UNESCO, en janvier 2014. La candidature des Climats de Bourgogne va désormais faire l'objet d'une instruction par une équipe d'experts nommée par l'UNESCO. Le chemin est encore long jusqu'à l'inscription officielle, qui ne sera décidée qu'en juin 2015, à la 39<sup>e</sup> session du Comité du Patrimoine Mondial.

➕ Pour plus d'informations : [www.climats-bourgogne.com](http://www.climats-bourgogne.com)



---

## Les rencontres techniques, c'est quoi ?

Les rencontres techniques sont un rendez-vous annuel que l'Association des Climats de Bourgogne propose depuis 2012 aux professionnels, techniciens, et élus du territoire autour d'une thématique particulière.

## L'objectif ?

Echanger et débattre ensemble autour des enjeux quotidiens de la gestion du territoire des Climats du vignoble de Bourgogne, en invitant les acteurs du territoire, mais également d'autres sites classés au Patrimoine mondial.

Car être candidat au Patrimoine mondial de l'UNESCO, c'est non seulement rechercher une reconnaissance internationale pour ce site unique, mais c'est aussi améliorer les conditions de gestion en termes d'architecture, d'environnement, de tourisme, d'aménagement du territoire, de développement économique, de médiation...

Chaque année, une thématique est abordée. L'édition 2012 était consacrée à la gestion des sites et paysages viticoles à l'occasion du 20e anniversaire du classement de la Côte méridionale de Beaune. En 2013, l'accent était mis sur le tourisme et l'œnotourisme.

Intitulée «Tourisme et Patrimoine mondial: des clés pour une réussite durable», cette journée visait à donner des clés pour rendre durable la réussite d'une inscription au Patrimoine mondial, à travers la coopération et la mise en réseau des acteurs au niveau local, régional, national et international.

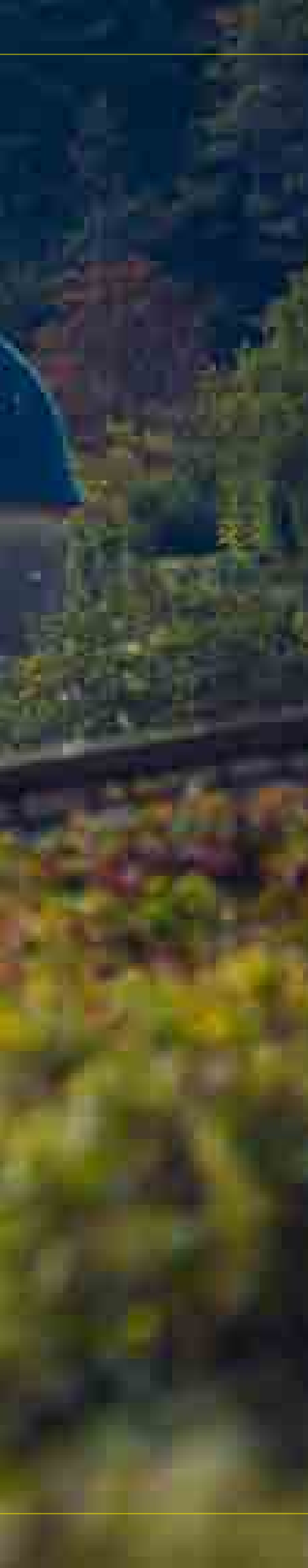
## Pour qui ?

Hébergeurs, hôteliers et restaurateurs, commerçants, professionnels du tourisme, acteurs de la médiation, viticulteurs, partenaires labellisés Vignobles & Découvertes, maires, élus et techniciens des collectivités, professionnels du patrimoine, professeurs, habitants... tous celles et ceux qui façonnent et font vivre ce site, ont été invités à venir poser leurs questions et partager leurs réflexions. Cette édition fut un succès avec près de 150 acteurs du tourisme présents à cette journée de débats et d'échanges.

 Retrouvez l'ensemble des présentations écrites et les interventions vidéo sur notre site internet :

<http://www.climats-bourgogne.com/fr/#/RencontresTechniques2013>





Rencontres techniques **#2**  
des Climats de Bourgogne

---

# LES ACTES

**Tourisme  
& Patrimoine mondial**

Des clés pour  
une réussite durable

## Ouverture



---

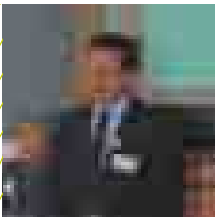
## AUBERT DE VILLAIN

Président de l'Association des Climats du vignoble de Bourgogne  
au Patrimoine mondial de l'UNESCO

---

*Nous allons déclarer ouvert ce colloque, et je passe tout de suite la parole à Monsieur **Didier Martin**, qui représente le maire de Dijon.*

Didier Martin



“ Bonjour à tous. Je suis Didier Martin, adjoint au maire de Dijon et vice-président du Grand Dijon. Bienvenue, c'est un grand plaisir de vous accueillir pour l'ouverture de ce colloque, de ces journées techniques. Je salue de façon protocolaire Monsieur le président de l'Association des Climats, cher Aubert de Villaine, Madame la vice-présidente du Conseil régional de Bourgogne, chère Sylvie Martin, Monsieur le vice-président du conseil général de Côte-d'Or, cher Jean-Pierre Rebougeon, Madame la représentante de la ville de Beaune, chère Colette Hervet, Madame l'adjointe au maire de Beaune, chère Olivia Leparou, Monsieur le président du BIVB – Messieurs les présidents, je vois aussi Claude Chevalier qui est là et Michel Baldassini qui est là.

En tant que représentant de François Rebsamen, sénateur, président du Grand Dijon et au nom de tous mes collègues, parce que nous sommes ici 82 élus et vous êtes dans la salle du conseil communautaire, c'est donc en notre nom à tous que je vous accueille. En vos qualités, je salue les directeurs, les directrices de Côte-d'Or Tourisme, de Bourgogne Tourisme. Je salue nos visiteurs, nos visiteurs experts avec qui j'ai fait connaissance pour certains hier soir. Ils viennent du Val de Loire, et là on est voisin dans le Val de Loire. Nous avons un morceau de votre rive. Il s'y passe pas mal de choses dans cette partie-là de la Bourgogne, la Nièvre, concernant le vin en particulier mais pas seulement. Je salue le bassin minier et aussi Lens, le Louvre Lens; voilà, les nordistes Nord-Pas-de-Calais sont là. Je salue aussi les albigeois qui sont nos invités d'honneur et nos experts, et puis nos autres experts qui viennent de Paris, de Strasbourg et d'ailleurs. Merci de votre présence aujourd'hui à quelques jours d'une annonce tant attendue, tant espérée, cette annonce qui nous propulsera tous ensemble, mon cher Aubert, vers le grand jury de l'UNESCO pour être site classé.

Dijon, le Grand Dijon, est un acteur majeur et de la première heure sur ce dossier, parce que Dijon est la capitale d'une grande région viticole, la Bourgogne, mondialement connue. Et pourtant, Dijon, au fil du temps, avait un peu oublié ses origines et ses racines viticoles. Il faut dire que l'urbanisme avait repoussé les vignes de Dijon un peu loin du cœur de ville, hors de ses murs, au point que certains ne faisaient plus le lien entre Dijon et le vin. Or Dijon a une histoire forte concernant le vin et le mot « climat » - je le disais hier lors du dîner - a été retrouvé dans des documents des archives municipales de Dijon, dans une thébaïde où figure ce mot, dans un relevé cadastral en quelque sorte. Voilà pour ses origines. Mais aujourd'hui, parlons d'aujourd'hui, à Dijon, vous voyez fleurir des bars à vins, vous pouvez déguster de nombreux vins dans des cartes très riches chez les restaurateurs, vous pouvez constater qu'il y a de plus en plus de cavistes à Dijon et puis, en 2012, nous avons célébré avec Beaune, avec Nuits-Saint-Georges, la Saint-Vincent, tournante des climats.

Il y a quelques jours, le Grand Dijon - vous êtes ici au Grand Dijon, la communauté d'agglomération - a décidé le rachat d'un domaine viticole, le domaine de la Cras, sur les hauteurs de Dijon. C'est un travail engagé avec la Chambre régionale d'Agriculture, je tiens à le souligner. Nous avons là une belle démonstration de notre intérêt, de notre engagement avec un viticulteur qui a été formé dans un domaine connu de la Côte, Côte de Nuits. Nous allons continuer de produire des vins des coteaux de Dijon et nous le dirons haut et fort, et nous en serons fiers, même si je n'oublie pas que le vin de Dijon le plus connu reste le cassis, qui se marie si bien avec l'aligoté pour faire des kirs.

Dijon, capitale régionale, est aussi un lieu de recherche de haut niveau et s'illustre à l'ouverture internationale. Je cite seulement la seule chaire UNESCO spécialisée dans l'étude des cultures et des traditions du vin. Je ne sais pas si Jocelyne Pérard est là ce matin, mais je pense qu'elle était inscrite, j'ai une pensée pour elle, on se voit souvent, elle est passionnée et m'apprend énormément de choses. Je voudrais également citer l'institut Jules Guyot et puis tout récemment l'école supérieure de commerce de Dijon, la School of Wines and Spirits Business, qui va donc former des étudiants pour le marketing du vin. Et puis il y a presque un an, le 11 janvier 2013, Dijon a été reconnue comme pôle moteur du vin dans

le réseau des Cités de la Gastronomie. Et nous travaillons depuis avec la Mission française de Promotion des Cultures alimentaires. Je crois que Pierre Sanner doit nous rejoindre cet après-midi – je ne l'ai pas vu ce matin – il en est le directeur. Cette Cité internationale de la Gastronomie à Dijon comprendra bien évidemment une vithèque où tous les terroirs du monde, de la France et bien sûr de Bourgogne, seront invités et mis à l'honneur. Toutes les boissons, en effet, tous les nectars, tous les breuvages qui ont place sur la table des Français pourront être commentés et, je dirais même, célébrés.

Le thème d'aujourd'hui est le tourisme. C'est un thème qui m'est très cher en tant que président de l'Office de Tourisme de Dijon, en tant que président de Bourgogne Tourisme, et je voudrais juste dire que Dijon a consenti de nombreux efforts dans ce développement touristique, et depuis longtemps, pour son cœur de ville, son secteur piétonnier, pour ses halles, pour son musée des Beaux-Arts qui vient d'être inauguré, pour ses modes de déplacement doux, son tramway – j'espère que vous avez pris le tramway pour venir, c'est beaucoup plus pratique, pour son intermodalité qui fait que Dijon est à la fois accessible directement pour un aéroport international tel que Roissy et que, sur place, vous pouvez vous déplacer en vélo, en location de voiture bien sûr, en voiture partagée, à pied et en vélo. Et puis nous travaillons aussi sur le reste des équipements culturels : je pense au Musée de la Vie bourguignonne et au Muséum d'Histoire naturelle. Et déjà, ces travaux sont récompensés par des succès de fréquentation et des succès d'image.

Aujourd'hui, lundi 9 décembre, je ne peux m'empêcher d'évoquer devant vous le week-end que nous venons de vivre ensemble, avec l'élection de Miss France au Zénith, avec les Championnats de France de natation 25 mètres à la piscine olympique. Voilà en matière de tourisme qui a pour conséquence le remplissage des hôtels, des chambres d'hôtes, des gîtes, un remplissage tout à fait exceptionnel pour la saison. Et sur le registre du tourisme d'affaires et des congrès, je rappelle il y a quelques semaines le congrès national des experts-comptables (plus de 4 000 congressistes), qui a eu le même effet bénéfique sur la fréquentation à Dijon.

Chers amis, il y a un peu plus d'un an, à Chalon-sur-Saône, nous étions réunis pour des rencontres œno-touristiques. Avec l'œnotourisme, avec la Cité internationale de la Gastronomie, avec la Cité des Vins de Bourgogne, s'offrent des perspectives de développement touristique sans précédent pour notre territoire et, je dirais, notre territoire rural et urbain. Devenir un site classé UNESCO sera une opportunité historique pour les Climats bien sûrs, pour la Côte viticole, pour nos villes et pas seulement pour Dijon et pour Beaune, mais pour toutes les autres villes de la Côte et bien au-delà. Déjà, avec le label Vignobles et Découvertes, Dijon Côte de Nuits avait rayonné grâce à une fructueuse collaboration entre les offices de tourisme d'abord, Marsannay-la-Côte, Gevrey-Chambertin, Nuits-Saint-Georges, mais grâce aussi, et je dirais surtout, aux prestataires privés qui font que ce label Vignobles et Découvertes a un corps, a un substrat, est attractif.

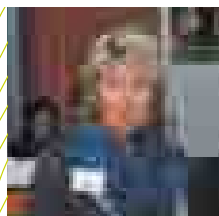
Nous sommes donc aujourd'hui plus qu'hier, et je dirais moins que demain selon la formule, en capacité d'attirer de plus en plus de visiteurs avec les retombées que nous attendons légitimement pour l'hôtellerie, pour l'hébergement, pour la restauration, le commerce et tous les prestataires privés de tous ordres. Alors merci à l'Association des Climats pour ses multiples initiatives, merci pour cette journée qui ne fait que débiter, et je vous souhaite à tous sincèrement une bonne et très studieuse journée.

AUBERT DE VILLAIN : *Je passe la parole à Colette Hervet qui représente, Monsieur Suguenot, le maire de Beaune.*

Colette Hervet

“ Et comme je savais que je passais après Didier – Didier qui a toujours beaucoup de choses à nous dire et qui est toujours très intéressant – je ferai plus court. Didier, je te promets, comme cela, nous serons dans les temps.

Je vais parler de Beaune un petit peu, de Beaune et sa Côte plus particulièrement, qui est donc très impliquée et motivée dans le projet d'inscription des Climats de Bourgogne au Patrimoine mondial, d'autant plus impliquée qu'elle s'honore d'être la capitale des vins de Bourgogne. Cette image et cette notoriété sont déjà une réalité. Puisque nous sommes autour du tourisme, les chiffres témoignent : 85 hôtels dans la communauté d'agglomération, une centaine de chambres d'hôtes, plus de 200 gîtes, 215 restaurants dans la communauté d'agglomération dont 7 étoilés Michelin, 800 000 nuitées hôtelières chaque année dans la communauté d'agglomération venant des autres régions françaises mais aussi de Belgique, des Pays-Bas, de Grande-Bretagne, d'Allemagne, de Chine, des États-Unis, d'Asie, enfin, les Hospices de Beaune qui est le premier site payant de la région Bourgogne avec entre 430 et 450 000 visiteurs chaque année.



---

C'est donc une offre touristique très diversifiée que nous avons à offrir entre vins, gastronomie, patrimoine, de très nombreux festivals, tout au long de l'année, mais aussi le cyclotourisme, les randonnées, les plans d'eau, les canaux, l'esprit rétro de la Nationale 6. Et c'est donc une offre de qualité.

Demain, l'inscription des Climats au patrimoine de l'UNESCO offrira une meilleure lisibilité du site et un plus grand nombre de touristes – nous le savons. Notre tourisme doit donc rester de qualité et nos visiteurs doivent être accueillis dans de bonnes conditions, mais aussi éduqués et respectueux des sites visités. Ces rencontres qui nous réunissent aujourd'hui vont permettre de prendre connaissance de la manière dont d'autres régions ont répondu à toutes ces questions et l'occasion pour nous tous, acteurs du tourisme, du vin, associatifs, institutionnels du territoire, de partager pendant toute cette journée nos idées, nos points de vue et nos expériences. Merci.

---

AUBERT DE VILLAIN: *Je passe la parole à Sylvie Martin qui représente François Patriat, le président de la Région.*

Sylvie Martin

“ Mesdames et Messieurs, bonjour. Nous sommes dans le cadre de cette volonté que nous avons tous de voir les Climats de Bourgogne inscrits au Patrimoine mondial de l'UNESCO. Nous sommes dans la dernière ligne droite pour ce qui est de l'inscription elle-même. Mais pour autant, la dernière ligne droite pour l'inscription, ce n'est pas une fin en soi parce que le devoir que nous nous donnons, quand nous avons décidé tous ensemble de mettre sur pied ce projet, est un devoir de préservation et c'est un devoir, bien sûr, de continuité, et nous devons nous inscrire dans la continuité. C'est important, et je tiens à remercier Aubert de Villaine et Krystel Lepresle et toute son équipe pour l'organisation de cette journée, parce qu'organiser des journées comme celle-ci, c'est effectivement anticiper sur ce que, tous, nous allons devoir faire pour que cette inscription ne soit pas simplement un but en soi, mais que nous sachions faire vivre ce territoire, le préserver et faire en sorte de le transmettre dans de bonnes conditions aux générations futures.

Le thème qui nous occupe aujourd'hui est le tourisme. Comme Didier Martin, je suis, en ma qualité de vice-présidente du Conseil régional en charge du tourisme, particulièrement sensible à cette question. Tous autant que nous sommes (les collectivités, le Conseil général, les villes, les ADT), nous avons bien sûr mis en place une politique touristique pour développer notre territoire. Mais aujourd'hui, nous devons aller plus loin et le message que je souhaite vous faire passer, c'est la nécessité impérieuse de jouer collectif. Parce que si nous voulons effectivement réussir cette inscription, cela va être quelque chose de formidable. Cela va donner à notre territoire une distinction, parce que l'on sait que dans le contexte mondial qui nous occupe, le contexte du tourisme, même si la France est toujours le premier pays visité dans le monde, pour autant, nous perdons des parts de marché. Au niveau national des régions viticoles, il n'y a pas que la Bourgogne, il y en a bien d'autres. Et si nous voulons réussir, il faut que nous parvenions à nous distinguer. Il est clair que cette inscription va être une fabuleuse distinction.

Pour autant, ce n'est pas suffisant et il va falloir ensuite que, tous, nous soyons à la hauteur de l'enjeu.

Jouer collectif, cela veut dire réfléchir ensemble. Réfléchir ensemble, c'est l'objet de cette journée. C'est savoir ce que nous devons faire, comment nous devons nous articuler, articuler nos actions les uns les autres, parce que la caractéristique du domaine du tourisme, c'est qu'il y a effectivement de multiples acteurs. Il est donc bien que des journées comme celle-ci soient organisées pour que nous puissions réfléchir ensemble aux moyens que nous pouvons mettre en œuvre pour nous organiser. Nous avons déjà commencé à le faire au niveau des collectivités, avec la première convention territoriale qui a eu lieu le mois dernier, et nous anticipons très largement sur le plan de gestion à venir. Mais pour autant, ce n'est pas suffisant, il faut aussi que les acteurs privés soient impliqués et, encore une fois, des journées comme celle-ci ne peuvent que nous permettre d'y parvenir.

Au niveau du Conseil régional, nous mettons bien sûr en place des politiques sur ce point, notamment avec notre bras armé de la promotion, le CRT, dont je salue la directrice qui est là, et nous travaillons aussi en étroite collaboration avec la DT21 notamment. Mais encore une fois, ce n'est pas suffisant et il faut que nous réfléchissions tous ensemble. Nous avons commencé à aller au-delà puisqu'à l'initiative notamment des Chambres consulaires, du BIVB, nous travaillons tous ensemble sur ce thème particulier

de l'œnotourisme, et la dernière réunion sur ce point a eu lieu le 19 novembre dernier. Donc ce que je veux vous dire, c'est qu'au niveau des collectivités, au niveau des acteurs qui sont susceptibles d'intervenir dans le tourisme, nous sommes en ordre de bataille pour que ce projet soit une véritable réussite. Il faut également que les partenaires soient là, les partenaires privés que vous êtes, et c'est la raison encore une fois de l'organisation d'une journée comme celle-ci. Je souhaite donc que les expériences qui vont être partagées aujourd'hui soient fructueuses, que cela nous permette à tous de continuer à aller dans le même sens. Lorsque les Climats seront inscrits, nous aurons inscrit l'essai et il va falloir ensuite le transformer. Pour cela, il faut y réfléchir tous ensemble. Merci de votre attention.

AUBERT DE VILLAIN: *Merci Sylvie. La parole est à Jean-Pierre Rebougeon, qui représente François Sauvadet, le président du Conseil général.*

Jean-Pierre Rebougeon

“ Monsieur le président Aubert de Villaine, Mesdames Messieurs, à mon tour de vous saluer au nom du département de la Côte-d'Or et vous redire que depuis la création de l'Association des Climats des Vignobles de Bourgogne, le Conseil général de la Côte-d'Or tout autant que Côte-d'Or Tourisme se sont largement associés à ces travaux. En effet, qu'il s'agisse de soutenir son fonctionnement, qu'il s'agisse d'œuvrer à l'appropriation de la candidature par les Côte-d'Ors eux-mêmes, qu'il s'agisse encore de concrétiser l'engagement de tous les médias locaux aux côtés de l'association, le Conseil général et Côte-d'Or Tourisme ont toujours montré l'intérêt qu'ils reconnaissent à ce projet structurant pour le territoire.

Par ailleurs, depuis la mise en place de la Mission Climat cet automne dans le cadre de la Conférence territoriale, c'est désormais au Conseil général de la Côte-d'Or qu'il revient de coordonner la commission Médiation Tourisme, et je m'en réjouis. Ce projet de territoire est en effet d'une envergure telle qu'il justifie pleinement le soutien de notre collectivité et celui de l'Agence de Développement Touristique, et ceci pour de très nombreuses raisons. D'abord, le vignoble qui nous est reconnu par nos clients comme le premier de nos avantages concurrentiels, ensuite également Dijon, capitale de la Bourgogne, Beaune, capitale du Bourgogne, qui sont reliés par la route des grands crus, cet itinéraire que l'on qualifie parfois de Champs-Élysées de la Bourgogne et qui est définitivement l'ADN de notre région, un territoire que l'on nous envie dans le monde entier. Nous sommes également la destination numéro un des touristes qui circulent en Bourgogne. Enfin, le périmètre des Climats concentre à lui seul près de 60 % de notre offre d'hébergement et plus de 30 % dans la Bourgogne. Notre engagement conjoint porte essentiellement sur l'appropriation toujours croissante de la candidature par les habitants de Côte-d'Or, sur la coordination avec les professionnels du tourisme et les médias locaux et enfin sur la réalisation d'outils de compréhension et de découverte des climats.

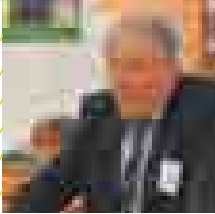
Pour autant, ne le perdons pas de vue, le classement du Patrimoine mondial nous conduira nécessairement à gagner un certain nombre de défis. Le premier d'entre eux sera sans doute de mutualiser et de coordonner les efforts de tous, notamment en termes de communication, afin que les touristes puissent véritablement identifier tous les atouts liés à cet espace touristique majeur. Le deuxième défi d'importance qui nous attendra alors sera de pérenniser l'accroissement de la fréquentation. Le classement peut nous permettre d'escompter une augmentation significative du nombre de touristes de l'ordre de 20 %. Néanmoins, c'est bien lorsque l'inscription aura été concrétisée que tout commencera, car il nous faudra alors travailler à maintenir la fréquentation à ce niveau. Troisième défi : avant même les visiteurs, il y aura l'inspection de l'ICOMOS, dont l'objectif est de valider que le plan de gestion est en adéquation avec la réalité du terrain et il nous faut, par conséquent, d'ores et déjà, donner des preuves tangibles de notre mobilisation coordonnée.

Soyez-en sûrs, Monsieur le président, Mesdames Messieurs, le Conseil général de la Côte-d'Or et Côte-d'Or Tourisme se mobiliseront là encore pour contribuer à relever ces défis. Nous nous y emploierons avec conviction, professionnalisme et disponibilité. Je vous remercie.

---

AUBERT DE VILLAIN: *Merci Jean-Pierre. Je passe la parole à **Michel Baldassini**, le président du Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne.*

Michel Baldassini  
✓



“ Monsieur le président, cher Aubert, Mesdames Messieurs, mes chers amis, tout d'abord merci aux organisateurs pour l'initiative de cette journée et merci également de m'avoir invité à dire quelques mots.

Le classement des Climats de Bourgogne au Patrimoine mondial de l'UNESCO, dont nous ne doutons pas un seul instant de la réussite, est pour nous une fantastique opportunité mais aussi une grande responsabilité. C'est l'opportunité d'attirer un peu plus le regard du monde sur notre vignoble et vers nous les nouveaux touristes curieux de découvrir ce patrimoine. Par rapport à cette nouvelle clientèle qui viendra conforter celle que nous avons déjà, nous avons une grande responsabilité à partager. Pour notre filière, elle est claire: nous devons préserver notre environnement. L'exemplarité des Climats de Bourgogne revient quasiment à pouvoir faire déguster un vin en regardant sur une carte la parcelle qui l'a produit, identifiée et immuable. Cette affirmation s'inscrit résolument dans une démarche engagée de très longue date de préservation de l'environnement, que nous devons continuer d'assurer dans l'avenir. Notre environnement, ce sont nos vignobles, nos paysages, l'eau que nous buvons, l'air que nous respirons, mais aussi le bâti, les pratiques, les traditions, l'accueil. Nous parlons bien ici de préservation de la qualité de cet environnement et de ce qui fait aujourd'hui le caractère à nul autre pareil des vins de Bourgogne et des climats.

Le Bureau Interprofessionnel, dans son plan Amplitude 2015, a affiché cette priorité du développement durable. Aujourd'hui, nous sommes dans l'action. L'accueil au vignoble, dans les caves et les caveaux et autres lieux emblématiques, c'est le volet que nous allons devoir continuer de travailler. Bien accueillir les visiteurs, c'est d'abord gérer les flux, s'assurer que chacun, dans la multitude, ait le sentiment de vivre un moment privilégié et surtout authentique. Il s'agit ensuite de leur offrir les clés de notre univers, celui des vins de Bourgogne dans toutes ses dimensions: historique, géographique, culturelle, technique, gustative et autres. Ces clés, ils devront pouvoir y avoir accès quelle que soit leur entrée dans le territoire auprès de la future Cité des Vins de Bourgogne et dans ses représentations. Offrir les clés, c'est offrir la capacité de se faire guider, accompagner comme les moyens modernes le permettent et le permettront de plus en plus vers des lieux, des sites, vers tous ceux qui font et surtout font vivre le territoire.

Vivre les Climats des vins de Bourgogne, c'est vivre un vécu. Ce n'est pas seulement l'affaire des institutions, mais c'est bien celle de tous les Bourguignons. C'est bien sûr l'affaire des professionnels de la vigne et du vin qui en seront l'âme. Nous nous y emploierons. Merci pour votre attention.

## AUBERT DE VILLAINÉ

Président de l'Association des Climats du vignoble de Bourgogne  
au Patrimoine mondial de l'UNESCO

Aubert de Villainé



Merci, chers amis, de vos interventions. Mesdames Messieurs, Messieurs les présidents, Messieurs les élus (pardonnez-moi le petit désordre dans cette introduction), je suis heureux de vous accueillir et je voudrais d'abord vous remercier tous, malgré vos activités multiples et prenantes, de vous être rendus disponibles pour ces rencontres techniques. Ce que nous proposons avec ces rencontres techniques, ce sont des espaces de réflexion, des espaces de débats pour vous, professionnels, techniciens, mais aussi pour les élus, des débats autour de ces enjeux quotidiens qui sont et qui seront ceux de la gestion de ce patrimoine des climats.

Ces deuxièmes rencontres consacrées au tourisme (je vous rappelle, les premières rencontres avaient été organisées autour de la protection du vignoble, qui est un des enjeux évidemment essentiel de cette candidature), je pense que l'on peut dire que de nombreux projets actuels, dont la candidature au Patrimoine mondial, place vraiment le tourisme au premier plan des enjeux que nous avons aujourd'hui.

Je voudrais remercier le président du Grand Dijon qui nous accueille dans notre capitale régionale et merci à tous nos partenaires qui sont ici présents, Côte-d'Or Tourisme, le Comité régional de Tourisme de Bourgogne, les villes et les Offices de Tourisme de Beaune, Nuits-Saint-Georges, Dijon, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Côte-d'Or, le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne et le Pays beaunois. À leur président et à leurs équipes, nous adressons tous nos remerciements.

Le président de l'Association des Biens français au Patrimoine mondial, en octobre dernier, nous a bien laissé entendre que nous avons la quasi-certitude d'être présentés par l'État français à l'UNESCO l'an prochain, c'est-à-dire au mois de janvier prochain au plus tard, ce qui voudrait dire une inscription en juin ou juillet 2015. Le temps qui nous sépare de cette échéance, il ne faut surtout pas le regarder comme un temps long, il est au contraire court car nous avons de nombreux défis à relever. Comme vous le savez, une reconnaissance internationale comme celle de l'UNESCO est très exigeante, elle demande beaucoup aux territoires concernés et nous avons concrètement à avancer dans le plan de gestion d'ici cette échéance de 2015. Trop souvent, l'inscription au Patrimoine mondial n'est envisagée qu'à travers une augmentation de la fréquentation touristique, et c'est vrai. Mais ces visiteurs qui seront plus nombreux après l'inscription, ce que nous devons nous demander, c'est dans quelles conditions nous voulons les recevoir, quels messages nous voulons leur transmettre.

Vous le savez bien, s'il est organisé de manière responsable, le tourisme peut être un élément de la préservation du patrimoine culturel et naturel. Il peut être un vecteur de développement économique durable. Alors la question, c'est comment vous, techniciens et professionnels, vous pouvez trouver votre place et contribuer à cette dynamique. Il nous semble évident que la coopération, la mise en réseau au niveau local, au niveau régional, national, international, est vraiment la clé de la réussite en la matière. C'est pourquoi nous avons souhaité que des professionnels et institutionnels du tourisme de Bourgogne, mais aussi d'autres organismes en France et en Europe, nous rejoignent pour nous faire partager leur expérience et échanger avec nous sur ce qu'ils estiment avoir été les clés de la réussite dans leurs projets.

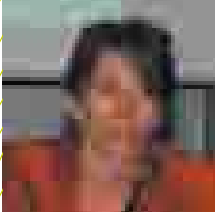
À la fin de la journée, nous vous proposerons un débat qui sera l'occasion de faire un inventaire de vos questions et de voir avec vous comment vous pouvez vous impliquer, à votre échelle, dans cette candidature des Climats et dans une gestion du tourisme qui soit en phase avec la valeur universelle exceptionnelle de ce territoire, c'est-à-dire une gestion qui soit toujours en recherche de plus d'excellence et de respect de l'intégrité et de l'authenticité d'un territoire unique que nous avons la charge de transmettre. Je vous remercie et je déclare ouvert ce colloque. Je vais passer la parole en premier à Krystel Lepresle.

---

## KRYSTEL LEPRESLE

Directrice de l'Association des Climats du vignoble de Bourgogne  
au Patrimoine mondial de l'UNESCO

Krystel Lepresle



“ Merci. Ces rencontres techniques, nous les avons souhaitées sous forme de journée articulées autour de séances thématiques mais aussi de présence de grands témoins et de retours d'expérience. Peut-être l'avez-vous remarqué, nous avons également installé un pôle de ressources documentaires à l'entrée. Ce pôle de ressources documentaires présente les grands enjeux en matière de gestion de notre plan de gestion et nous vous invitons à le consulter puisqu'en fait, autour des sujets qui y sont développés, ce sont les sujets que nous chercherons à aborder au cours de la table ronde de cette fin d'après-midi. Nous vous invitons donc au moment des pauses à aller prendre connaissance du détail de cette thématique de manière à pouvoir en débattre avec vous, professionnels.

Ce matin, la première session sur laquelle nous avons souhaité travailler est consacrée aux enjeux du tourisme en matière de labellisation de Patrimoine mondial. Notre réflexion a souhaité partir du niveau international avec l'intervention de Madame Djament qui pourra nous présenter les enjeux en matière de durabilité de l'inscription au Patrimoine mondial. Et nous avons souhaité « dézoomer » avec un niveau intermédiaire, qui est la compétition entre les territoires, notamment quel rôle joue la labellisation en matière de Patrimoine mondial sur la compétitivité et l'attractivité des territoires avec l'intervention de Monsieur Jean-Pascal Vendeville. Nous finirons ensuite par dresser un panorama à N-2 de notre inscription avec Pascal Lambert qui nous présentera l'état des lieux en Bourgogne, et spécialement en Côte-d'Or sur la zone des climats, en matière d'accueil touristique et les enjeux du plan de gestion qui s'offrent à nous.



Rencontres  
techniques **#2**  
des Climats de Bourgogne

## LES ACTES

# Grands témoins



## **Les enjeux touristiques d'une inscription au Patrimoine mondial : de l'international au local**

- 18 La mise en tourisme du Patrimoine mondial  
levier de développement durable ?

18 GÉRALDINE DJAMENT-TRAN

Maître de conférences en géographie à l'université de Strasbourg,  
UMR SAGE, associée à l'EIREST, Equipe Interdisciplinaire de Recherches  
sur le Tourisme de l'université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

---

- 24 Valorisation du patrimoine : quel facteur de différenciation  
dans la compétition internationale des territoires ?

24 JEAN-PASCAL VENDEVILLE

Directeur d'études au Cabinet Kurt Salmon

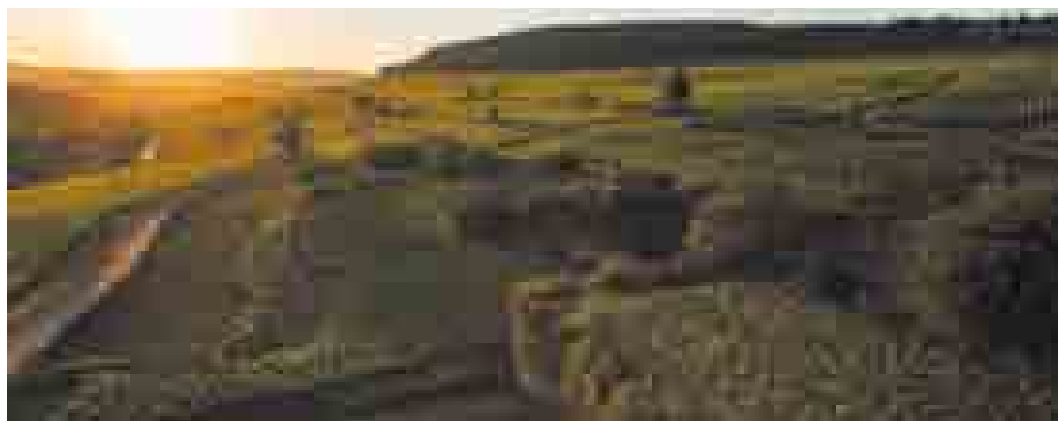
---

- 26 Panorama touristique actuel sur le site des Climats de Bourgogne  
et perspectives : quels défis pour le territoire ?

26 PASCALE LAMBERT

Directrice de Côte d'Or Tourisme, Agence de Développement touristique de Côte-d'Or

---

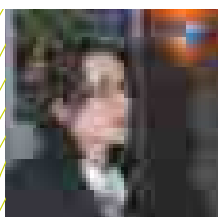


## Les enjeux touristiques d'une inscription au Patrimoine mondial: de l'international au local

GÉRALDINE DJAMENT-TRAN

Maître de conférences en géographie à l'université de Strasbourg,  
UMR SAGE, associée à l'EIREST, Equipe Interdisciplinaire de Recherches  
sur le Tourisme de l'université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Géraldine Djament-Tran



L'an dernier, les célébrations du quarantième anniversaire de la Convention du Patrimoine mondial ont été centrées sur le thème du développement durable. Cet anniversaire a été l'occasion de souligner l'importance des communautés locales. Depuis le texte fondateur de 1972, une nouvelle approche de la mise en tourisme du patrimoine et des relations du tourisme au développement s'est diffusée. Initialement, l'UNESCO se préoccupait essentiellement de la sauvegarde du patrimoine et n'évoquait que marginalement la question du tourisme. Aujourd'hui, elle intègre de plus en plus les questions touristiques et de développement durable. Le Centre du Patrimoine mondial a reçu en 2008 le prix du tourisme mondial en reconnaissance de ses réalisations exceptionnelles dans l'industrie du tourisme. Il a également lancé en 2009 un partenariat avec Tripadvisor afin de rapprocher la plus grande communauté en ligne de voyageurs de la planète et les communautés gardiennes des sites du Patrimoine mondial.

L'avènement d'un nouveau paradigme s'explique par l'augmentation spectaculaire des flux touristiques et par leur mondialisation. Cette croissance du tourisme a contribué au passage, dans les années 80 et 90, à un paradigme développementaliste qui conçoit le patrimoine en général et le Patrimoine mondial en particulier comme une ressource. Vivre du patrimoine est de plus en plus un nouveau modèle de développement. Les sociétés occidentales sont passées d'une logique de conservation à une logique de valorisation du patrimoine. Dans ce contexte, de nombreux espoirs de développement sont attachés à l'inscription sur la liste du Patrimoine mondial. Aussi cette liste suscite-t-elle des candidatures de plus en plus nombreuses. L'identification de la valeur universelle exceptionnelle d'un site ne sert aujourd'hui plus seulement une logique de protection, mais également une logique de labellisation. Elle s'inscrit dans une quête de valorisation symbolique et/ou économique et de différenciation dans la compétition mondialisée des territoires.

Dans le cas des vignobles, la candidature au titre de paysage culturel du Patrimoine mondial ajoute une désignation patrimoniale qui fonctionne comme un label touristique à des labels économiques comme l'AOC qui visent à garantir la qualité territorialisée des produits agroalimentaires. Elle complète des initiatives nationales et européennes en faveur de l'œnotourisme comme le label Vignobles et Découvertes ou l'iter Vitis, itinéraire culturel du Conseil de l'Europe. Ceci prend sens plus largement dans un contexte de labellisation territoriale qu'illustre la création en 2009 de la marque Bourgogne. Les relations entre le vin,

---

le tourisme et le développement font l'objet de l'actualité opérationnelle et scientifique, comme le montre le colloque organisé récemment au Brésil par la chaire UNESCO Culture, Tourisme et Développement.

Dans ce contexte de multiplication des labels, le Patrimoine mondial induit un véritable surclassement. Il sanctionne une exemplarité et connecte le local au global. L'inscription est utilisée pour s'insérer dans des réseaux mondiaux. Dans ce contexte, comment construire un développement durable d'un site inscrit au Patrimoine mondial ? Cette question est devenue majeure. Les paysages culturels se trouvent particulièrement concernés. En effet, cette nouvelle catégorie a été créée par le Centre du Patrimoine mondial en 1992, au moment où la prise de conscience internationale du développement durable s'est imposée.

## Quels sont les effets typiques de l'inscription au Patrimoine mondial ?

### La hausse de la fréquentation touristique

La hausse de fréquentation touristique se révèle fréquente. Elle est parfois immédiate, comme pour Bordeaux en juillet 2007, ou à moyen terme, comme pour la baie d'Along. Cependant, la hausse de la fréquentation n'est pas systématique et il faut savoir la faire durer. Le cirque de Gavarnie, inscrit en 1997, a connu entre 2004 et 2007 une chute de sa fréquentation de l'ordre de 35 %, qui peut être attribuée à la crise et au manque de renouvellement de l'offre touristique. Par conséquent, il semble exister un effet UNESCO, mais la prudence s'impose. À l'échelle mondiale, la hausse de la fréquentation suite à l'inscription au Patrimoine mondial est estimée entre 1 et 5 %. En France, elle est de 20 à 30 %. Cependant, cet effet vaut surtout pour les sites touristiques qui sont moins connus et qui bénéficient, grâce à l'inscription au Patrimoine mondial, d'une surmédiation. En Bourgogne, les sites d'ores et déjà inscrits au Patrimoine mondial, l'abbaye de Fontenay, la basilique et la colline de Vézelay et le site prieural de la Charité-sur-Loire, font d'ores et déjà partie des quinze sites les plus visités de la région.

La typologie des visiteurs se transforme en cas d'inscription au Patrimoine mondial. Elle évolue vers un public très intéressé par l'histoire et le patrimoine, comme le montre l'exemple de Provins. D'autre part, la fréquentation devient plus internationale. Or les touristes internationaux ont tendance à dépenser davantage que les nationaux. Ainsi, au Havre, un effet Patrimoine mondial est constaté sur les visites alors que la fréquentation touristique est restée assez nationale. Les visites consacrées à Perret sont fréquentées à 80 % par des touristes extérieurs et à 20 % par des Havrais alors que, pour les autres visites, la fréquentation est majoritairement locale. En 2009, dix ans après l'inscription du vignoble de Saint-Emilion, la part de visiteurs étrangers s'élevait à 36 % avec une majorité d'Européens et une émergence de touristes asiatiques. Dans le cas de la Bourgogne, les étrangers représentent actuellement environ 30 % de la clientèle de l'hôtellerie. Il est probable qu'en cas d'inscription, cette clientèle augmenterait en nombre et se diversifierait.

### Les retombées économiques de l'inscription au Patrimoine mondial

L'évaluation des retombées économiques de l'inscription au Patrimoine mondial est assez délicate. Tout d'abord, elle pose la question difficile de l'évaluation entre valeur symbolique et valeur économique. Traditionnellement, le patrimoine se définit par sa valeur d'existence, mais aujourd'hui, il est investi de plus en plus de valeur d'usage voire d'échange. Le patrimoine se caractérise économiquement par une double spécificité : le patrimoine est à la fois un bien public et un bien singulier. Pour tenter de cerner les retombées de l'inscription au Patrimoine mondial, différentes approches peuvent être utilisées.

#### > L'approche évaluative

La plus classique est l'approche évaluative qui cherche à analyser les corrélations entre développement économique territorial et mobilisation du patrimoine. Les indicateurs couramment utilisés relèvent du chiffre d'affaires et des emplois (directs, indirects, induits). Selon Xavier Greffe, il existerait un multiplicateur de 1,6 : un emploi créé dans le tourisme patrimonial susciterait 1,6 emploi dans l'économie. Le patrimoine peut enclencher un cercle vertueux. Toutefois, tous les revenus générés par le tourisme culturel sont loin d'être réinvestis dans le développement local.

### > L'approche territoriale

L'approche territoriale semble particulièrement intéressante pour le patrimoine gastronomique. Dans cette approche, le patrimoine est conçu comme le moteur des constructions et du développement territorial.

Dans quelle mesure existe-t-il un effet spécifique à l'inscription au Patrimoine mondial? Les travaux de Rémy Prud'homme et de Magali Talandier menés récemment pour l'UNESCO incitent à la prudence méthodologique. Ils soulignent que, pour porter un jugement scientifique sur l'impact socioéconomique de l'inscription, il ne suffit pas d'examiner ce qui s'est passé effectivement. Il faut en fait comparer ce qui s'est passé à ce qui se serait passé en l'absence d'inscription. Une étude économétrique a notamment été menée sur la France et elle met en évidence un faible impact du Patrimoine mondial sur le développement local. Rémy Prud'homme conclut que le label UNESCO remplit bien sa fonction qui est de contribuer à la préservation, mais qu'«en matière de développement, l'inscription est certainement favorable, mais que ce n'est un facteur ni nécessaire ni suffisant». Pour autant, il existe de bonnes raisons de se mobiliser pour l'obtention de ce label. Il s'agit d'un outil de marketing territorial, de mobilisation locale, mais aussi une école d'internationalisation et de qualité, un positionnement plus large dans l'économie de la culture.

Au-delà de la question des retombées directes et indirectes, l'inscription au Patrimoine mondial semble plutôt un catalyseur du projet de développement local. Maria Gravari-Barbas et Sébastien Jacquot ont en particulier montré que l'UNESCO permettait des retombées institutionnelles et pas seulement économiques. La gouvernance territoriale est aujourd'hui de plus en plus catalysée par de grands événements et le Patrimoine mondial permet de fédérer les différents acteurs locaux. Ainsi, au Havre, la labellisation UNESCO a permis de changer l'image d'une ville en crise et de réorienter le projet de ville vers la mise en valeur touristique.

### Les problèmes induits par la mise en tourisme du Patrimoine mondial

La mise en tourisme du Patrimoine mondial produit fréquemment des problèmes. Les plus classiques sont les problèmes de surfréquentation: problèmes économiques d'inflation et d'éviction des activités non-touristiques, problèmes de dégradation de la qualité de vie des résidents, de crise du logement voire de perte d'identité, problèmes environnementaux. Le cas le plus emblématique est Venise inscrite en 1987 qui souffre aujourd'hui d'un dépeuplement préoccupant. Cependant, il faut être prudent, car la notion de «capacité de charge» qui renvoie à la fréquentation touristique que peut admettre durablement un système socioéconomique sans se modifier irrémédiablement est aujourd'hui remise en cause. Aujourd'hui, la notion de limite du changement acceptable est privilégiée à celle de seuil de tourisme maximal.

D'autres problèmes sont constatés fréquemment, comme la marchandisation des sites du Patrimoine mondial, la muséification voire la «disneylandisation».

Les paysages viticoles sont-ils menacés par ce type de problème? Selon certains experts, des risques existent. Ainsi, la mise en scène touristique de la ville de Saint-Emilion a induit une baisse de la population résidente, avec un processus en cours de muséification. La même critique est adressée au bourg de Tokay.

Un autre problème fréquent est la conflictualité liée à la mise en tourisme du Patrimoine mondial. La sélectivité sociale est souvent présente, le Patrimoine mondial entraînant fréquemment une spéculation foncière et des phénomènes de gentrification. Ces sélectivités sont facteurs de conflits d'usages fréquents.

Cependant, il convient de déconstruire l'imaginaire traditionnellement hostile au tourisme de masse. Les conflits ne sont pas des conflits binaires touristes/habitants et, plus largement, le touriste n'est pas seulement un consommateur de patrimoine qui pourrait potentiellement détruire ce patrimoine. Il est aussi, de plus en plus, un coproducteur du patrimoine et un coproducteur des identités locales.

Au total, les effets de l'inscription au Patrimoine mondial semblent surtout résider dans la création d'une dynamique de mobilisation des acteurs locaux. Ces effets sont ambivalents et supposent une gestion. Les effets attendus pour les Climats de Bourgogne, sont, d'abord, la réputation et, ensuite, des impacts sur l'économie.

---

## Quel suivi pour les sites inscrits au Patrimoine mondial ?

L'inscription n'implique pas de contrainte juridique spécifique, mais un engagement des Etats partis envers la communauté internationale. L'UNESCO prévoit un suivi centré sur l'identification des menaces et la préservation de la valeur universelle exceptionnelle. Tous les six ans, les Etats partis sont invités à soumettre au Comité du Patrimoine mondial un rapport périodique qui présente l'état de conservation des biens du Patrimoine mondial. Il existe également des rapports sur l'état de conservation qui constituent un signal d'alerte impliquant un suivi réactif. Un quart des 981 sites actuels du Patrimoine mondial en a fait l'objet. Concernant les vignobles, il convient de signaler l'inquiétude suscitée à l'UNESCO par le projet de barrage hydroélectrique de Foz Tua dans la région du Haut-Douro. Différents problèmes sont également survenus dans le vignoble de Tokay. Ils seraient aujourd'hui en voie de résolution.

À l'échelle mondiale, l'UNESCO identifie comme principales menaces des projets de développement et d'infrastructures. Les sites viticoles sont menacés par la pression touristique, l'abandon des activités agricoles, la monoculture, le dépeuplement, la pression urbaine, les aléas du marché du vin et du changement climatique.

Pour le suivi, un système de mesure de l'excellence pour les destinations a été introduit récemment par le Centre mondial d'excellence des destinations (CMED) qui est lié par un protocole à l'OMT depuis 2007. Ce système vise à évaluer et renforcer la compétitivité des destinations touristiques et à encourager un développement durable. Une première expérimentation de ce système a été menée dans la vallée du Douro au Portugal. Celle-ci s'est appuyée sur le rapport du CMED pour obtenir un financement de l'Union européenne permettant la mise en œuvre des recommandations.

Cependant, le suivi incombe d'abord aux échelles nationales et locales. La protection juridique d'un bien repose sur les législations nationales. En France, le Ministère de la Culture et l'Association des Biens français du Patrimoine mondial jouent un rôle essentiel. À l'échelle locale, chaque site a un plan de gestion à élaborer et un suivi spécifique à mettre en place.

Concernant l'évaluation et la mesure de l'évolution de sites, différents systèmes sont utilisés, comme par exemple l'Observatoire du Parc national des Cévennes pour surveiller le site Patrimoine mondial Causses des Cévennes.

Ce suivi est aujourd'hui touché par l'application du développement durable au patrimoine et au tourisme. Le patrimoine par définition vise à transmettre des biens aux générations futures. Il existe donc un lien structurel entre patrimoine et durabilité. Pour le Patrimoine mondial, il convient de souligner l'importance de la déclaration de Budapest de 2002 qui affiche le fait que le patrimoine constitue un instrument de développement durable de toutes les sociétés et qui définit des grands objectifs stratégiques pour le Patrimoine mondial: la crédibilité de la liste, la conservation, le renforcement des capacités et la communication. Un cinquième C pour communauté a été ajouté en 2007.

## Quels sont les critères de durabilité des sites du Patrimoine mondial ?

Le tourisme durable est basé sur les principes du développement durable. Cependant, il existe une ambiguïté, le tourisme durable désignant tantôt un type de tourisme comme, par exemple l'éco-tourisme, tantôt un principe général devant guider tout type de tourisme. L'OMT milite pour la deuxième option, celle d'un changement de paradigme. Ce changement de paradigme a été esquissé depuis le milieu des années 90 avec la Conférence mondiale du tourisme durable de Lanzarote qui a lancé une première charte du tourisme durable. Depuis cette date, les initiatives se sont multipliées. L'OMT a adopté en 1999 un code mondial d'éthique qui est conforme aux principes du développement durable. La France a créé un groupe de travail international sur le développement du tourisme durable qui est devenu récemment un partenariat onusien sur le tourisme durable. À l'échelle nationale, Atout France a lancé en 2009 un dispositif tourisme responsable et, en 2010, un Comité français pour le développement durable dans le tourisme a été créé. Il existe également en France des réseaux pilotes en matière de tourisme durable, comme le Réseau des Grands Sites de France.

Cette question du tourisme durable pose la question des indicateurs. Le réseau UNESCO Unitwin propose d'identifier quatre grandes directions: le tourisme responsable, les dynamiques vertueuses, les progrès dans la qualité territoriale et la consommation responsable. L'OMT a également mis en place différents indicateurs de développement touristique durable. Ce tourisme durable peut aussi être enrôlé au service

de logiques de classement des destinations touristiques. En 2011, l'UNESCO a élaboré un programme sur le Patrimoine mondial et le tourisme durable. Pour l'UNESCO, la durabilité dépend d'une planification intégrée, de la sensibilisation et de la formation, de la relation entre échelles locale et globale et de la redistribution.

Quels sont les critères de durabilité des sites du Patrimoine mondial? Les réflexions de l'Atelier international sur l'avancement d'un tourisme durable sont fort intéressantes. Initialement, le Patrimoine mondial était conçu dans une approche plutôt descendante, universaliste, centrée sur le patrimoine. Aujourd'hui, l'approche est plus ascendante, soucieuse des communautés locales et centrée sur le tourisme. Un tournant expérientiel peut également être identifié. Concernant les paysages culturels, il existe des recommandations émanant du réseau Vitour qui insiste sur l'importance de l'articulation entre politique paysagère, politique économique et politique environnementale.

La durabilité représente le défi d'une régulation sur le temps long. Elle suppose une démarche prospective et des retours d'expérience. La réflexion sur les échelles semble également prometteuse. En effet, pour qu'un site du Patrimoine mondial connaisse un développement durable, il faut non seulement assurer la durabilité du bien, mais également la durabilité de sa zone tampon. La question des échelles est aussi la question des échelles temporelles. Ainsi, des contingents de visite peuvent être mis en place pour réguler les flux. La question des échelles temporelles renvoie également à l'élargissement de la saisonnalité qui est, selon l'OMT, fondamental pour un développement touristique durable. La durabilité suppose aussi la planification. À cet égard, le plan de gestion est décisif, mais plus largement, il convient de réfléchir à l'intégration du patrimoine et du tourisme à l'aménagement du territoire.

La durabilité constitue un problème politique. La gouvernance a pour mission d'intégrer toutes les parties prenantes et différentes expérimentations sont menées. Dans le cas des Causses des Cévennes inscrits en 2011, un système tripartite a été mis en place pour gérer plus de 300 000 hectares. Au-delà de la gouvernance, la durabilité suppose de définir l'esprit des lieux et la limite du changement acceptable. L'enjeu est particulièrement important pour les paysages culturels évolutifs comme les vignobles.

Le référentiel politique de développement touristique durable peut se fonder, comme dans le Val de Loire, sur le triptyque définition de l'identité paysagère, recensement des menaces et actions à mettre en œuvre. Il est également possible d'élaborer des prescriptions paysagères.

Il est important d'inclure la préservation du patrimoine immatériel pour assurer la durabilité du patrimoine matériel. Ce patrimoine immatériel est constitué pour les vignobles par les savoir-faire et les valeurs.

Enfin, la durabilité suppose une prise en compte équilibrée des trois piliers classiques du développement durable, comme le montre l'expérience italienne des Cinque Terre. Le Parc national des Cinq terres a lancé un agenda 21 local, un processus participatif et des mesures relevant des trois piliers du développement durable. La question de la participation est aujourd'hui considérée comme décisive, pour contrebalancer l'effet des villes musées. Ceci conduit à poser la question: qui participe? Il est aujourd'hui admis que la gouvernance des sites du Patrimoine mondial doit inclure une multiplicité de parties prenantes et les acteurs du tourisme. Pour Mathieu Dormaels, la prise en compte des habitants pourrait être améliorée sur les sites du Patrimoine mondial. Il s'agirait d'identifier et de préserver les éléments clés des modes de vie par des systèmes de contrôle des loyers, de contrôle de l'usage des édifices et du sol, de contrôle des flux, etc. Le rôle des habitants est crucial pour maintenir l'intégrité d'un bien, notamment en cas de guerre.

Les degrés de participation sont variables. Ainsi, l'Américain Sherry Arnstein a proposé en 1969 une échelle pour classer les dispositifs de participation. Il considère que certains dispositifs de participation relèvent de la manipulation ou de la thérapie, d'autres de la coopération symbolique et d'autres encore de la participation avec un véritable partage du pouvoir. La participation est donc fondamentale, mais elle a des degrés variables et peut trouver ses limites.

Depuis les années 90, le tourisme participatif connaît un certain essor, avec des formules d'hébergement chez l'habitant et des visites de sites guidées par les habitants. Ce tourisme, qui est illustré par le réseau «Bourguignon d'un jour», s'inscrit dans une quête d'authenticité et de désintermédiation. Sur plusieurs sites du Patrimoine mondial, un système d'ambassadeurs a été créé.

Au-delà de la participation, la question posée est celle du renforcement des capacités. Cette notion de capacité constitue une référence aux travaux du prix Nobel d'économie Amartya Sen. Elle renvoie à une approche du développement qui n'est pas seulement monétaire, mais qui est également sociale voire

---

politique. La pauvreté est analysée comme une incapacité à se procurer les moyens de contrôle sur les dotations. Le Comité du Patrimoine mondial s'est engagé récemment dans une stratégie de renforcement des capacités du Patrimoine mondial avec différentes actions de sensibilisation et de formation.

**La** question des capacités est importante. Au-delà, se pose la question de la redistribution. À qui profitent socialement les bénéfices de la mise en tourisme du Patrimoine mondial ?

**Enfin**, aujourd'hui se pose de plus en plus la question de la participation des touristes eux-mêmes. Ces touristes peuvent également devenir les gardiens de la valeur universelle exceptionnelle. Différentes expériences ont été menées : des actions de sensibilisation, des enquêtes de satisfaction ou des expériences de « volontourisme » comme dans le site des Everglades en Floride.

**Au** total, la labellisation Patrimoine mondial apparaît comme une promesse de développement. Elle est un possible catalyseur d'une mobilisation territoriale. Le binôme Patrimoine mondial – tourisme participe à un jeu de construction des territoires, mais les effets de l'inscription ne sont pas automatiques, ils sont parfois ambivalents et ils ne profitent pas nécessairement à tous. Ces questions du développement durable du Patrimoine mondial dépassent largement l'échelle et le cadre du seul bien. Derrière le mot d'ordre mobilisateur du développement touristique durable, il est important de mener une réflexion politique et globale sur les questions suivantes. Quel développement construire par le tourisme et le patrimoine ? Pour qui ? Comment articuler durablement les échelles globale et locale ? Comment dépasser les possibles contradictions qui peuvent survenir entre ces deux échelles ?

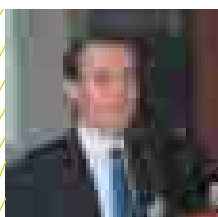


## Valorisation du patrimoine : quels facteurs de différenciation dans la compétition internationale des territoires ?

**JEAN-PASCAL VENDEVILLE**

Directeur d'études au Cabinet Kurt Salmon

Jean-Pascal Vendeville



Qu'est-ce qui permettrait au territoire des Climats de Bourgogne de se différencier grâce à l'inscription au Patrimoine mondial de l'UNESCO ?

Il convient tout d'abord de rappeler que quatre types de facteurs contribuent à l'attractivité d'un territoire : l'économie de la connaissance, le cadre de vie et l'environnement, le développement des entreprises et l'intensité culturelle (les événements, les infrastructures et services culturels, la mise en valeur du patrimoine et la diversité et la multi-culturalité).

Les territoires héritent de manière très inégale d'un patrimoine naturel et/ou d'un patrimoine culturel matériel. Certains territoires au patrimoine limité, comme la ville de Montréal, ont su développer leur attractivité notamment touristique en engageant des politiques volontaristes. Cinq leviers sont couramment utilisés : la démarche collective coordonnée avec les acteurs privés et publics, les plans de développement pluriannuels, l'innovation, la valorisation et la promotion d'une marque ou d'un label, le recours à des alliances et la recherche de synergies entre plusieurs filières. Ces leviers participent de l'élaboration d'une stratégie, qui peut être plus ou moins marquée, soit dans le développement de l'identité originelle du site, soit dans la construction d'une notoriété de marque, soit dans l'amélioration du cadre de vie et le renforcement de la cohésion sociale.

### Quand la labellisation est à l'origine de la démarche : l'exemple des Cinque Terre

La labellisation UNESCO a été, pour le parc des Cinque Terre, le moyen de déclencher une démarche collective pour reprendre le contrôle et conserver un territoire qui était en voie d'abandon. Ce territoire est situé en front de mer. Comme les pentes sont très escarpées, la culture y était historiquement pratiquée en terrasses. Ces terrasses, avec le vieillissement de la population et la réorientation de l'activité, ont été largement abandonnées et les murets en pierres sèches ont disparu par manque d'entretien. En 1997, l'UNESCO a inscrit ce site au Patrimoine mondial. En 1999, le Gouvernement italien a créé le Parc national des Cinque Terre, afin de préserver le site, à la fois les collines et la partie marine. Concomitamment une action de sensibilisation des acteurs locaux s'est mise en place et des chantiers de restauration des cultures en terrasse ont été organisés.

---

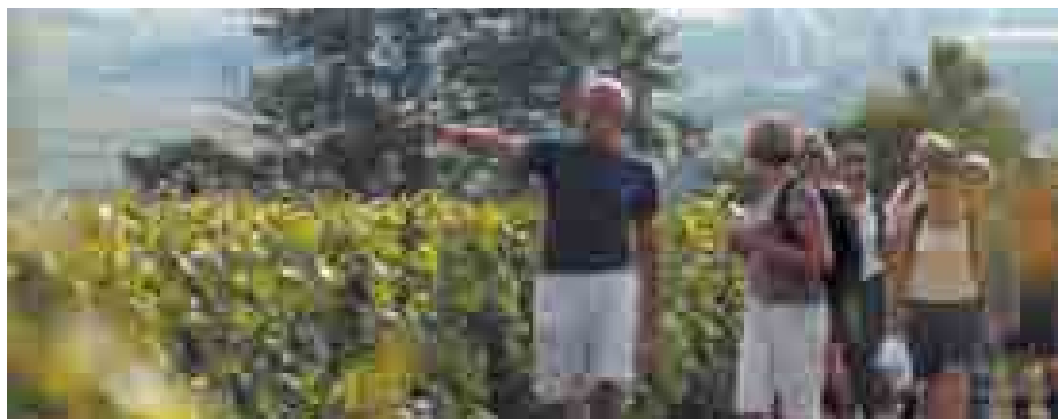
Parallèlement, une coopération a été instituée avec les producteurs locaux, et notamment les producteurs de vins, pour les inciter à pérenniser l'action de restauration des terrasses et leur redonner envie de produire localement et de valoriser leurs productions.

Une action a également été menée pour organiser des événements en puisant dans les traditions, notamment la fête des citrons. Autre action, un cahier des charges qualitatif a été élaboré pour créer un effet combiné AOC/labellisation Patrimoine mondial et augmenter ainsi les prix de vente. Le vin Cinque Terre Sciacchetrà, qui est issu d'une pressurisation de raisins secs, était en voie de disparition. La combinaison de l'action des producteurs et du Parc national a permis de valoriser cette production. Ce vin est vendu aujourd'hui entre 30 et 60 euros les 37,5 cl. C'est ainsi que la création de valeur fondée sur l'excellence et sur les spécificités du territoire permet d'assurer l'entretien des fameux murs en pierre sèche.

### Quand la labellisation parachève la démarche: l'exemple de Bilbao

À l'origine, les élus de la ville de Bilbao ont voulu transformer un territoire industriel en une ville de culture et de services en faisant appel à de prestigieux architectes pour changer l'image de la ville et améliorer le cadre de vie. Cette démarche a été déclenchée, non pas par une inscription au Patrimoine mondial de l'UNESCO, mais par l'accueil en 1997 du musée de la Fondation Guggenheim. Dès la première année, le succès a été impressionnant puisque le musée a accueilli 1,3 million de visiteurs! À l'époque, la ville n'était pas encore transformée et comptait de nombreuses friches industrielles. Depuis quinze ans, le musée accueille entre 900 000 et 1 million de visiteurs chaque année. 70 % des personnes qui se rendent à Bilbao y viennent pour le musée. Les deux tiers sont des étrangers. Grâce aux retombées économiques (230 millions d'euros tous les ans), le taux de chômage de la ville de Bilbao a été ramené de 25 à 9 % en quinze ans. Pour 130 millions d'euros d'investissements au démarrage, le retour sur investissement est exceptionnel. Aujourd'hui, 4 200 emplois directs et indirects sont reliés au musée Guggenheim, soit autant que la construction navale à l'époque où elle était la plus florissante. L'inscription au Patrimoine mondial de l'UNESCO n'est arrivée qu'en 2006, pour classer le pont transbordeur qui date de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Elle a parachevé la démarche qualitative de transformation du territoire.

Ces deux exemples montrent que les politiques de transformation permettent de redécouvrir une fierté d'appartenance et de valoriser une démarche qualitative de création de valeur.



## Panorama touristique actuel sur le site des Climats de Bourgogne et perspectives: quels défis pour le territoire ?

PASCALE LAMBERT

Directrice de Côte d'Or Tourisme, Agence de Développement touristique de Côte-d'Or

Pascale Lambert



Il est intéressant de dresser un état des lieux de l'offre et de la fréquentation deux ans avant la candidature des Climats de Bourgogne au Patrimoine mondial. Toutes les données précises sont accessibles sur le site professionnel : [pro.cotedor-tourisme.com](http://pro.cotedor-tourisme.com).

### L'offre touristique

#### Quelques données de cadrage

La Côte-d'Or est le département leader en Bourgogne en matière d'offre et de fréquentation touristique. Elle compte 101 732 lits touristiques (27 % marchands et 73 % non-marchands). L'offre cote-d'orientienne d'hébergements marchands totalise près de 30 % de l'offre bourguignonne. L'hôtellerie représente près de 40 % de l'offre d'hébergements marchands cote-d'orientienne, l'hôtellerie de plein air près de 30 % et les gîtes et chambres d'hôtes classés et/ou labellisés près de 10 %.

#### L'offre touristique sur le périmètre des Climats

##### > Les hébergements

Tous hébergements confondus, la côte viticole située en Dijon et Les Maranges cumule près de 60 % de l'ensemble de l'offre cote-d'orientienne. L'hôtellerie sur la côte viticole représente près de 83 % de l'ensemble de l'offre départementale. En revanche, l'hôtellerie de plein air sur la côte viticole représente seulement 25 % de l'ensemble de l'offre. Beaune et sa région concentre la majorité de l'offre. La côte viticole totalise 37 % du nombre de lits en hébergements meublés et 41 % du nombre de lits en chambres d'hôtes.

##### > Les lieux de visite et de spectacles

Les musées sur le périmètre des Climats représentent 50 % de l'offre départementale (en termes d'établissements) et les autres sites et monuments ouverts au public 25 %.

##### > Les restaurants

La côte viticole accueille 60 % de l'offre départementale (en termes d'établissements).

---

## La demande touristique

### Quelques données de cadrage

En 2012, la Côte-d'Or comptabilise près de 40 % des parts de marché régionales pour l'hébergement marchand principal. Elle se caractérise par une fréquentation atypique pour un département qui n'a ni la mer ni la montagne, puisqu'elle accueille 40 % d'étrangers, principalement sur l'axe Dijon – Les Maranges, alors qu'un département rural accueille généralement 25 % d'étrangers. Cette surreprésentation de la clientèle étrangère s'explique par la notoriété mondiale dont jouissent les vins de Bourgogne.

La fréquentation est inégalement répartie sur le territoire, puisque la zone des Climats concentre une bonne partie de la fréquentation.

Les profils de clients sont différents sur la côte viticole et sur le reste du département.

### Données sur la fréquentation sur le périmètre des climats

La côte viticole totalise 90 % des nuitées en hôtellerie (62 % de Français et près de 40 % d'étrangers).

Le tourisme d'affaires est très présent, notamment sur le Grand Dijon.

La durée moyenne de séjour est de 1,38 nuit. Ce chiffre est à relativiser parce qu'il ne prend pas en compte les séjours itinérants en Bourgogne. En effet, un touriste qui passe trois nuits en Bourgogne dans trois hôtels différents comptera, à chaque fois, pour une durée de séjour d'une nuit. Le partenariat avec Orange permettra d'affiner cette notion de durée moyenne de séjour.

Le taux d'occupation est de 59 %. Il est plus élevé sur la zone de Dijon d'environ 5-6 points et plus faible sur la zone de Beaune.

En hôtellerie de plein air, la durée moyenne de séjour est 2,28 nuits. La fréquentation étrangère est beaucoup plus importante, puisqu'elle atteint près de 70 %, contre 30 % pour les Français.

En gîtes de France, la Côte-d'Or cumule environ 150 000 nuitées, dont 37 % sur la côte viticole. La part des nuitées étrangères est de 29 %, contre 71 % pour les Français. La durée moyenne de séjour est de 6,4 nuits.

Ces données statistiques devraient pouvoir être affinées grâce à la mise en place d'un partenariat avec Orange. Une expérimentation « flux vision tourisme » a été menée dans le département des Bouches-du-Rhône l'an dernier, dans le cadre de Marseille Provence Capitale européenne de la culture, et a montré tout l'intérêt de ces données statistiques. Cet outil permet de mesurer la fréquentation du territoire à l'échelle infra-départementale, de disposer d'une approche de la mobilité des clientèles à l'échelle intra-départementale et de bénéficier d'une approche de la fréquentation en nombre de visiteurs d'un grand événement sans billetterie.

## Attentes des touristes

**98 %** des touristes recommanderaient la Côte-d'Or pour son patrimoine, son art de vivre en général, ses vins, son vignoble, sa gastronomie, sa nature et son environnement.

Constat important, les clientèles françaises et les clientèles étrangères ont des attentes similaires. Cinq atouts permettent à la Côte-d'Or d'être une destination touristique d'importance.

La plupart des touristes interrogés viennent en Côte-d'Or attirés par la culture viticole de la région. L'œnotourisme constitue la première motivation des touristes en Côte d'Or. Selon l'étude d'Atout France et de l'Observatoire régional du Tourisme de Bourgogne, 38 % des touristes déclarent que « la vigne et le vin ont été déterminants dans leur venue en Bourgogne ». La thématique viti-vinicole est donc une véritable clé d'entrée sur la destination départementale.

Ils viennent également pour la gastronomie. Les touristes recherchent une table étoilée et conviviale. La Côte-d'Or bénéficie aussi de produits du terroir emblématiques.

Le troisième atout de la Côte-d'Or est sa richesse historique et architecturale, avec, d'un côté, les grands sites incontournables et reconnus et, de l'autre, un petit patrimoine unique par sa richesse et sa diversité.

Le tout dans un cadre naturel d'exception et reconnu comme tel par tous.

Enfin, la Côte-d'Or est considérée comme une terre authentique. Les touristes sont à la recherche des traditions du département et ont pour objectif l'envie de se reposer et d'être au calme.

Sur la côte viticole, les activités concernent davantage la découverte du patrimoine urbain et l'exploitation viti-vinicole, tandis que dans le reste du département, le séjour est davantage consacré à la découverte de la nature environnante et au repos. Les activités de nature: vélo, randonnée pédestre, escalade, baignade: des attraits tout aussi importants et complémentaires

Le court séjour sur la côte viticole est généralement programmé entre amis ou en couple et très souvent en hébergement marchand.

Contrairement aux idées reçues selon lesquelles la Côte-d'Or est une terre de passage, la moitié des touristes français se rendent sur l'axe Dijon/Beaune en tant que destination finale.

### Les perspectives et les défis du classement par l'UNESCO

Deux enjeux principaux ont été identifiés:

- favoriser un tourisme durable qui préserve et valorise les valeurs du territoire des Climats;
- favoriser l'appropriation par tous des valeurs du territoire des climats.

Pour répondre au premier enjeu, six objectifs ont été dégagés:

- permettre une meilleure répartition des touristes sur l'ensemble du territoire et tout au long de l'année;
- favoriser les modes de déplacements doux et écologiques;
- développer un accueil de qualité, en toute cohérence, sur l'ensemble du territoire;
- valoriser et préserver l'authenticité du territoire des Climats;
- identifier le territoire des Climats dans les destinations touristiques déjà existantes;
- faciliter la découverte du site des Climats par la visite.

Si l'inscription au Patrimoine mondial a lieu, certains points de vigilance seront à observer, afin de ne pas entamer l'intégrité du site des climats. Il s'agit notamment de canaliser les flux routiers sur certains points en particulier, en cohérence avec les infrastructures existantes, et de réguler le nombre de visiteurs en fonction de la capacité d'accueil des sites touristiques, là encore sur certains sites bien identifiés.

En ce qui concerne la qualité de l'accueil, il existe déjà sur le territoire des labels et des démarches garantissant un accueil de qualité. Les acteurs y participant ne constituent pas encore la majorité et ne sont pas forcément répartis uniformément sur le territoire. L'enjeu est de généraliser le déploiement des démarches de qualité, afin de proposer un accueil touristique cohérent.

La qualité du cadre de vie et la beauté du paysage sont des arguments fondamentaux pour développer le tourisme en zone rurale. Une attention toute particulière doit aussi être portée au paysage, à la valorisation paysagère et au développement d'un tourisme responsable.

Enfin, à ce jour, «visiter les Climats», ne correspond pas à une offre touristique établie. Elle suppose la visite de sites répartis sur 60 km de territoire, qui ne sont pas identifiés clairement «Climats». Il s'agira surtout de mutualiser et coordonner les efforts, notamment en termes de communication, afin que les touristes puissent véritablement identifier tous les atouts liés à cette zone touristique majeure.

En ce qui concerne le deuxième enjeu, deux objectifs ont été dégagés:

- transmettre les valeurs que renferment les Climats tout en développant l'appartenance territoriale;
- comprendre les enjeux liés à l'inscription et à la gestion du bien.

---

**En conclusion,** le classement au Patrimoine mondial constitue un levier de développement pour le territoire. Le défi est donc tout à la fois de :

- préserver, valoriser et animer (mettre à la portée de tout un chacun) le patrimoine de la Côte (paysager, bâti et vivant);
- renforcer les ACD (notamment l'ACD vin) de la destination pour conserver et développer les parts de marché, malgré le contexte économique difficile, les mauvaises conditions climatiques des dernières années et le renforcement de la concurrence (au national et à l'international);
- renforcer le travail de structuration des filières, qualification de l'offre et de fédération/mise en réseau des acteurs du tourisme;
- gagner en notoriété à l'international et fixer définitivement l'image remarquable de la destination et de son patrimoine, à travers la notion de Valeur Universelle Exceptionnelle.

Rencontres  
techniques **#2**  
des Climats de Bourgogne

## LES ACTES



# Retours d'expérience



**Comment associer développement touristique  
et inscription au Patrimoine mondial ?**

**Quelques exemples de réussite de coopérations  
locales**

**32 Albi : Entre maîtrise et développement touristique, la gouvernance**

**32 ALEXANDRE CAZAJOUS**

Membre du Bureau de l'Office du tourisme d'Albi, Vice-président du Club hôtelier du Tarn,  
directeur des établissements Ibis et Ibis Budget d'Albi

**33 MARIE-EVE CORTES**

Chargée de mission UNESCO à la Mairie d'Albi

---

**35 Le développement du tourisme dans le Bassin minier du Nord Pas-de-Calais :  
une utopie ?**

**35 CATHERINE O'MIEL**

Directrice d'études, Mission Bassin minier

**36 NORBERT CROZIER**

Directeur de la Mission Louvre Lens Tourisme

---

**38 Val de Loire et réseau des Grands Sites du Val de Loire : bilan et enjeux**

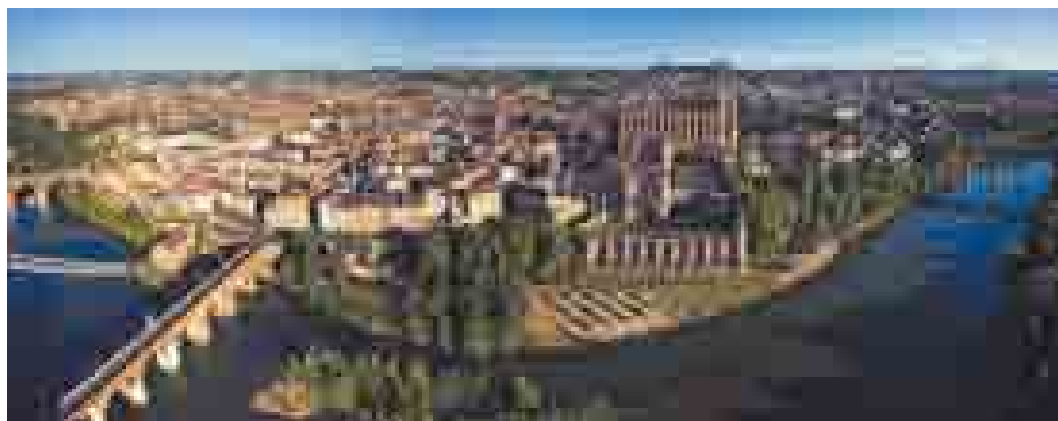
**38 RÉMI DELEPLANQUE**

Chargé de mission Education et Culture, Mission Val de Loire Patrimoine mondial

**39 CHARLES-ANDRÉ DE BRISSAC**

Propriétaire du Château de Brissac

---

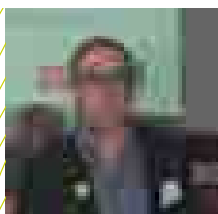


## Albi: entre maîtrise et développement touristique, la gouvernance

### ALEXANDRE CAZAJOUS

Membre du Bureau de l'Office du tourisme d'Albi, Vice-président du Club hôtelier du Tarn, directeur des établissements Ibis et Ibis Budget d'Albi

Alexandre Cazajous



Le classement de la cité épiscopale d'Albi au Patrimoine mondial de l'UNESCO en 2010 a eu un fort impact sur la fréquentation touristique: + 16 % entre 2009 et 2013 et + 48 % au lendemain du classement. La couverture médiatique a été exceptionnelle, avec plus de 1 000 contacts presse en six mois. La ville d'Albi, en collaboration avec l'office de tourisme et les différents acteurs du tourisme (commerçants, hôteliers et restaurateurs), a choisi de préférer au tourisme de masse celui de la qualité. Cette collaboration a permis d'élaborer des packs culturels mettant en valeur les atouts majeurs de la ville.

### Quelles sont les retombées économiques ?

#### L'hôtellerie

Le taux d'occupation albigeois est passé de 59,20 % en 2009 à 68,20 % en 2012, soit plus de 9 points de taux d'occupation gagnés grâce au classement au Patrimoine mondial de l'UNESCO. Il est à noter que le taux d'occupation a progressé non seulement à Albi mais dans l'ensemble du département du Tarn (+ 4 points).

Les prix n'ont pas évolué depuis l'inscription sur la liste du Patrimoine mondial. Le nombre d'établissements est identique. Des projets de création existent, mais aucun n'a encore été concrétisé. En revanche, de nombreux établissements existants ont engagé des programmes de modernisation.

#### Le camping de plein air

Les campings associatifs se sont transformés en structures professionnelles.

#### La restauration

Depuis le classement, le nombre de restaurants est relativement stable, mais cette stabilité cache des évolutions contrastées. La restauration rapide a progressé de 20 % entre 2010 et 2012, alors que la restauration traditionnelle a diminué de 10 % sur la même période.

Le classement de la cité épiscopale a des effets très positifs pour la restauration albigeoise, principalement dans le secteur sauvegardé. La restauration est créatrice d'emplois sur Albi.

#### Les chambres d'hôtes

Fin 2012, 30 propriétaires offraient plus de 50 chambres d'hôtes, contre seulement 12 en 2009.

---

Cette progression spectaculaire prouve l'engouement des touristes pour ce genre d'hébergement. Les chambres d'hôtes créées se positionnent sur un créneau haut de gamme, avec des tarifs supérieurs à ceux de l'hôtellerie.

### Le commerce

Le commerce bénéficie du classement de la cité épiscopale avec une progression du nombre de visiteurs et donc de clients potentiels notamment pendant les périodes habituellement plus calmes (mars, avril, octobre, novembre). La saisonnalité a disparu, car le taux d'occupation est lissé tout au long de l'année. Les impacts sur l'activité commerciale sont très positifs en général. S'ils sont limités sur le secteur prêt-à-porter, ils sont très marqués sur des activités ciblées à vocation touristique. Autre constat, certains quartiers, comme le quartier du marché couvert, ont été redynamisés.

### Les entrées des sites majeurs

Entre 2009 et 2013, le nombre d'entrées a progressé de 41 % à la cathédrale, de 29 % au musée Toulouse-Lautrec et de 2 % au musée La Pérouse.

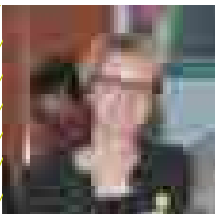
### Que reste-t-il à faire ?

Il reste à entretenir l'intérêt médiatique, adapter les habitudes des professionnels locaux aux attentes de nouvelles clientèles, poursuivre l'amélioration de la qualité de l'offre d'accueil, professionnaliser les exploitants (maîtrise des langues étrangères), ouvrir les restaurants le dimanche, poursuivre les travaux d'amélioration de l'accessibilité d'Albi et de la desserte ferroviaire (jonction à l'A75), continuer de profiter de l'éclairage apporté par le classement pour attirer des événements sportifs et culturels et des congrès.

## MARIE-EVE CORTES

Chargée de mission UNESCO à la Mairie d'Albi

Marie-Eve Cortes



Dijon et Albi possèdent de nombreux points communs, puisque les enjeux de gestion du tourisme dans un site du Patrimoine mondial sont les mêmes. Albi est une cité épiscopale, un ensemble urbain de 14 hectares situé au cœur d'une ville de 52 000 habitants. Cette cité est marquée par deux monuments majeurs, la cathédrale Sainte-Cécile et le palais épiscopal, qui sont l'expression du pouvoir de l'évêque. Cette importance épiscopale est le fondement de la valeur universelle exceptionnelle de la ville d'Albi. Elle guide les actions et les opérations en matière de gestion et de tourisme en particulier. En termes de gestion, la même attention est accordée à la cité épiscopale et à la zone tampon de 64 hectares qui l'entoure.

Le plan de gestion s'articule autour de sept orientations. Le tourisme en est l'un des chapitres principaux, mais des éléments liés à la gestion touristique se retrouvent dans tous les autres chapitres. Chaque chapitre énumère différentes actions qui se déclinent et qui sont programmées dans le temps à court, moyen ou long terme.

Le comité de biens regroupe tous les propriétaires (l'Etat, le Département, la ville, des propriétaires privés, des organismes locatifs) et les acteurs du tourisme. La ville d'Albi, dans cette configuration, est co-gestionnaire du bien avec l'Etat. Le comité de biens est donc coprésidé par le maire de la ville et le préfet du département. Il est structuré autour de trois collèges : le collège des institutions et des partenaires, le collège scientifique et le collège des personnalités qualifiées. C'est au cœur de ce comité de biens que se débattent les choix et que sont suivies les actions du plan de gestion.

Le fer de lance de la politique touristique à Albi est la ville d'Albi, parce qu'elle considère qu'elle est la mieux placée pour mettre en œuvre les actions qui la concernent. Une charte de qualité urbaine a été élaborée un an avant l'inscription au Patrimoine mondial, en collaboration avec l'Etat, afin d'harmoniser les mobiliers des terrasses, les devantures, les illuminations des vitrines. Par ailleurs, différentes mesures, destinées aux habitants, mais également aux commerçants, ont été mises en place pour encourager la réhabilitation du patrimoine bâti.

Différents enjeux sont à prendre en compte.

## Une fréquentation en forte augmentation

La cathédrale Sainte-Cécile a une particularité : elle est relativement fermée sur elle-même car elle ne possède que deux portes d'entrée. C'est la raison pour laquelle elle est limitée en termes de fréquentation à 450 personnes.

## La recherche d'équilibre entre les fonctions d'usage et l'appropriation par le visiteur

L'Etat s'est fortement impliqué pour organiser une étude sur le cheminement des visiteurs à l'intérieur de la cathédrale, pour faire en sorte qu'ils ne dérangent pas les offices. La cathédrale a également contribué à améliorer les conditions de visite par des audiophones, par des formations, par un renforcement de la qualité du personnel de l'accueil. La ville a également été partie prenante.

## La gestion du stationnement

Des espaces de dépôt des visiteurs ainsi que des parkings et des espaces d'accueil pour les camping-cars ont été créés en périphérie du périmètre de la zone tampon.

## L'aménagement du territoire

La ville d'Albi a une politique d'aménagement assez importante depuis quelques années. La cathédrale et le palais épiscopal ont été réaménagés entre 1999 et 2003, puis les abords de la cathédrale (précédemment transformés en parking) en 2004-2005. En 2005-2006, le marché couvert a été réhabilité. L'aménagement du quartier culturel des Cordeliers, avec un projet de Grand théâtre dessiné par l'architecte Dominique Perrault, est en cours. Le dernier projet, qui n'a pas encore démarré dans sa phase opérationnelle, sera la construction d'une passerelle piétonne au-dessus du Tarn, qui permettra de diriger les touristes vers un espace de loisirs situé en rive droite et contribuera à délester le cœur historique de la circulation automobile.

## Les grands événements

La ville d'Albi s'attache à accueillir de grands événements : le tour de France, le grand prix d'Albi, les championnats d'athlétisme, terre de rugby. En été, chaque soirée compte une animation culturelle.

Le partenaire privilégié est l'office de tourisme, qui s'attache à prendre différentes mesures pour répondre à la hausse de la fréquentation, s'adapter en termes de qualité d'accueil et proposer de nouvelles orientations (tourisme durable, tourisme des valeurs...). Des progrès sont à accomplir dans le domaine du numérique.

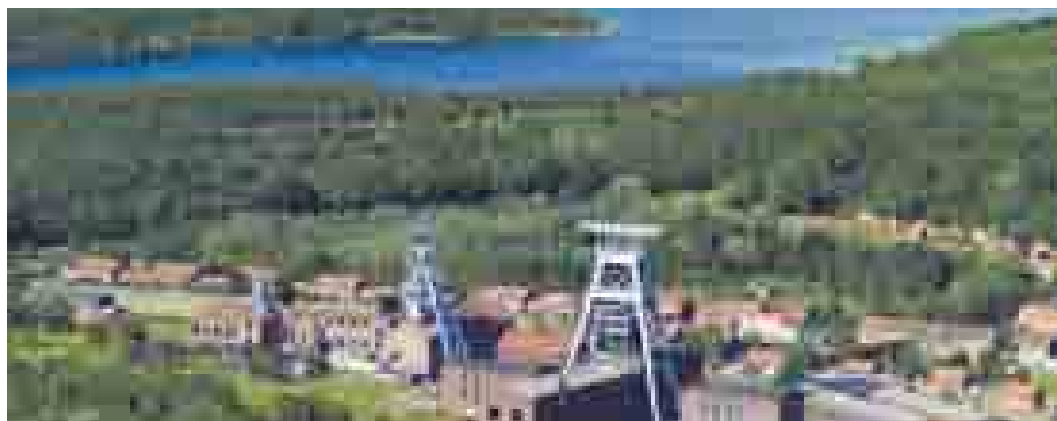
## Le développement du tourisme d'affaires

Enfin, le développement du tourisme d'affaires est dopé par la notoriété de l'inscription de la cité épiscopale au Patrimoine mondial et par celle de l'architecte Dominique Perrault. Le Grand théâtre, dont l'inauguration est prévue en février 2014, sera également un espace de congrès, avec une capacité d'accueil de 500 personnes. Déjà, les réservations arrivent et l'office de tourisme a vu son chiffre d'affaires augmenter de 28%, en tout cas pour la part qui relève du tourisme d'affaires, grâce à l'inscription au Patrimoine mondial et aux actions qui sont menées par rapport à ce projet de Grand théâtre.

## La création d'une marque territoriale

L'inscription au Patrimoine mondial est vécue par la ville d'Albi non pas comme un label, mais comme un changement de statut. Le logo UNESCO est réservé au gestionnaire du bien. Une marque territoriale a été créée, « Albi, la cité épiscopale ». Elle est accordée à tous les acteurs économiques et à tous les habitants de la ville qui souhaitent mener une action pour la cité épiscopale.

Une réflexion est en cours sur le positionnement de la ville d'Albi par rapport au réseau des grands sites touristiques de la Région Midi-Pyrénées, qui sont identifiés par un logo et par une signalétique. Le panneau réalisé pour le cirque de Gavarnie, qui est également classé au Patrimoine mondial de l'UNESCO, ne convient pas du tout à la ville d'Albi, laquelle propose un panneau alternatif qui met en avant le logo du Patrimoine mondial de l'UNESCO, destiné à toucher la clientèle internationale.



## Le développement du tourisme dans le Bassin minier du Nord Pas-de-Calais: une utopie ?

CATHERINE O'MIEL

Directrice d'études, Mission Bassin minier

Catherine O'Miel

Le Bassin minier est un territoire qui n'existe pas sur le plan institutionnel. Il est le résultat d'une activité humaine. Il s'étend sur 120 kilomètres de long et sur 4 à 20 kilomètres de large. Il implique 160 communes, huit intercommunalités, deux départements et une région. L'élaboration du plan de gestion qui accompagne le dossier de candidature a donc nécessité de réunir de nombreux acteurs.

### Les caractéristiques du Bassin minier

Ce territoire est le produit d'une histoire industrielle, celle des mines, qui ont été exploitées pendant trois siècles. Il a été partagé entre 18 compagnies minières privées qui ont extrait le charbon. Grâce à la nationalisation, le patrimoine hérité de cette histoire s'est retrouvé dans les mains d'acteurs publics.

Ce patrimoine est constitué d'un patrimoine technique (fosses d'exploitation, chevalements, terrils, lignes de chemins de fer), mais également d'un patrimoine social (cités minières), d'un patrimoine d'équipements (écoles, équipements sportifs, grands bureaux des compagnies minières, églises) et d'un patrimoine immatériel (conditions de travail, luttes sociales, immigrations, pratiques sociales comme la colombophilie, la fête de la Sainte-Barbe, Les philharmonies).

### Les objectifs de l'inscription au Patrimoine mondial

Au bout de dix ans, le 30 juin 2012, le Bassin minier a été inscrit au Patrimoine mondial de l'UNESCO. Cette candidature a été sous-tendue par deux objectifs majeurs : faire évoluer le regard porté sur le Bassin minier et sauvegarder le patrimoine minier. Le Bassin minier a été inscrit dans une catégorie particulière, celle de « paysage culturel évolutif vivant ». Un million et demi de personnes vivent sur ce territoire. Il a donc fallu, pendant les dix ans de candidature, montrer que l'inscription au Patrimoine mondial avait pour objectif non pas de muséifier le territoire, mais de travailler sur la question de son identité. La valeur universelle exceptionnelle du Bassin minier a été reconnue sur deux sujets. D'une part, le charbon associé à la vapeur a participé à l'histoire de l'industrie et donc de l'humanité et, d'autre part, la question du travail des mineurs et de la culture qu'il a générée est une question universelle.

Le périmètre du bien inscrit englobe 4 000 hectares de paysage et 25 % du patrimoine minier. 87 communes sont impactées. La Mission Bassin minier est le gestionnaire animateur de ce territoire. Elle coordonne l'action de l'ensemble des collectivités territoriales pour la gestion du label Patrimoine mondial.

L'inscription a eu un impact médiatique immédiat, renvoyant pour la première fois une image positive du territoire. Elle a rendu les habitants fiers de leur territoire et surtout, elle a donné de la valeur à ce territoire, valeur qui a été corroborée par l'ouverture du Louvre Lens.

Comment développer le tourisme sur ce territoire ? Le centre historique minier de Lewarde, qui accueille 150 000 visiteurs par an, est pour l'instant le seul site équipé pour accueillir du public. Afin de développer l'offre touristique, le travail de la Mission Bassin minier se concentre sur les sites de la mémoire, c'est-à-dire les trois grandes cathédrales industrielles, dont le site du 11 19 à Loos en Gohelle qui est situé à proximité du Louvre Lens. Ces sites sont en cours de requalification. Le territoire est également ponctué de petites pépites, avec des musées de la mine qui sont aujourd'hui tenus par d'anciens mineurs et qu'il convient de pérenniser.

### Les actions de la Mission Bassin minier

La Mission Bassin minier est l'équivalent d'une agence d'urbanisme à l'échelle du Bassin minier. Elle n'est pas un opérateur touristique. Elle a la chance de pouvoir s'appuyer sur des offices de tourisme et des opérateurs, comme le Parc naturel régional, très impliqués, mais elle est confrontée à une véritable difficulté au niveau de la maîtrise d'ouvrage. L'autre difficulté à laquelle les vastes territoires comme le Bassin minier font face est la matérialisation de l'inscription au Patrimoine mondial. Pour l'instant, pour les habitants du Bassin comme pour les visiteurs, cette inscription est relativement virtuelle. En s'inspirant de la ville d'Albi, la Mission Bassin minier a créé une marque, « Bassin minier, Patrimoine mondial », car les usages du logo Patrimoine mondial sont extrêmement restrictifs, notamment en matière de tourisme. Elle est en train de travailler sur un site internet de découverte de ce territoire, qu'elle articulera avec les sites internet des acteurs touristiques. Le développement de la signalétique est un autre enjeu sur lequel la Mission doit travailler. Elle a d'ores et déjà adressé une demande au ministère pour que le logo Patrimoine mondial soit référencé au niveau français.

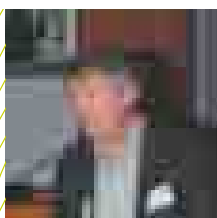
Au lendemain de l'inscription, la Mission Bassin minier a édité un petit guide touristique et culturel, élaboré avec les offices de tourisme. Elle en a assuré la maîtrise d'ouvrage. Plus récemment, elle a organisé le premier anniversaire de l'inscription, à la demande des offices de tourisme, sous la forme d'une quinzaine événementielle qui a été baptisée « le Bassin minier fête le Patrimoine mondial » et qui sera pérennisée. Enfin, elle a élaboré, avec les voisins belges qui ont été inscrits concomitamment au Patrimoine mondial, des itinéraires culturels guidés par des smartphones, avec l'aide de fonds européens.

Un an après, quel bilan peut-on dresser de l'impact de l'inscription du Bassin minier au Patrimoine mondial ? Le centre historique minier de Lewarde a vu une augmentation légère, mais pérenne, de ses visiteurs. Le site du 11 19 a bénéficié d'une hausse de sa fréquentation, même si celle-ci est difficile à chiffrer. Enfin, le Louvre Lens a permis, avec les opérateurs du tourisme, de commencer à travailler sur une destination nouvelle articulant le musée et le Bassin minier.

## NORBERT CROZIER

Directeur de la Mission Louvre Lens Tourisme

Norbert Crozier



La Mission d'ingénierie touristique s'est donnée pour objectif de croiser les différents flux de visiteurs, ceux liés au Bassin minier Patrimoine mondial de l'UNESCO, au tourisme de mémoire, au tourisme événementiel et au Louvre Lens. Cette Mission d'ingénierie touristique s'inscrit dans un programme et dans le cadre d'une association dénommée Euralens, qui comporte deux volets : un volet développement urbain et aménagement urbain, piloté par la Fabrique de la ville et l'équipe de Portzamparc, et un volet développement économique, qui inclut un volet développement touristique. Autour d'Euralens, au-delà du tourisme, des clusters s'installent dans le domaine de l'économie créative, avec en particulier un projet de pôle numérique culturel liée à la numérisation des œuvres d'art. Très prochainement, le secteur du Lensois devrait accueillir les réserves du Louvre.

La Mission Louvre Lens Tourisme a été créée par le département du Pas-de-Calais. Elle est inscrite au contrat de plan Etat-Région et est financée principalement par l'Etat. Au-delà de ces deux partenaires, elle fédère l'ensemble des acteurs du tourisme (le CRT, les deux CDT-ADRT 59 et 62, les chambres consulaires,

---

la Mission Bassin minier, le Louvre Lens). Elle mène des actions concrètes dans le cadre de groupes de travail: création d'une destination touristique, organisation et accueil des visiteurs, infrastructures, transport, accessibilité, signalétique, événementiels liés à l'appropriation, emploi et formation, évaluation.

La Mission Louvre Lens Tourisme s'appuie sur des FISAC, un contrat territorial départemental de développement durable, des projets européens (deux projets Interreg avec le Kent) et un contrat d'études prospectives. Un futur contrat de destination touristique avec l'Etat est en prévision à l'horizon 2014 autour de l'innovation et de la créativité. La Mission accompagne les porteurs de projet et est le garant de la stratégie définie autour de la destination touristique.

Une plateforme collaborative des quatre offices de tourisme a été mise en place pour accueillir au mieux les visiteurs du Louvre Lens, qui ont été au nombre de 900 000 la première année. Une autre action a été l'élaboration d'un programme de communication/promotion, avec la création d'un site internet de la destination au printemps 2014 et l'édition de magazines numériques et d'un magazine papier de la destination.

Des agents d'accueil postés à la sortie du musée réalisent des enquêtes auprès des visiteurs afin de cerner leurs profils, leurs comportements et leurs attentes. Dans un périmètre situé à 30 minutes autour du Louvre Lens, une étude est menée auprès des commerçants, artisans, hôteliers, cafés, restaurateurs, pour mesurer les retombées du musée sur leur activité. Les premiers chiffres montrent qu'hors scolaires, 40 % des visiteurs sont régionaux, environ 20 % sont étrangers (belges principalement), 22 % sont des groupes. La moyenne d'âge est de 55 ans. La majorité sont des retraités et des CSP ++ et intellectuels. Les retombées économiques sont estimées à une centaine d'euros pour les visiteurs venant pour le Louvre Lens hors région.

Une forte majorité de visiteurs régionaux considèrent que le Louvre Lens a permis de donner une image positive du territoire. Un certain nombre de visiteurs souhaitent découvrir d'autres lieux et d'autres sites après le Louvre Lens.

La Mission Louvre Lens Tourisme a élaboré un concept de destination avec un fil conducteur plutôt créatif et transversal. Ce concept s'appuie sur trente arguments, qui sont autant d'éléments de valeur dont les professionnels du tourisme peuvent s'inspirer pour développer ou repositionner leur offre. Pour concrétiser ce concept de destination, la Mission recourt à plusieurs outils d'appropriation. Elle intervient avec des chèques créatifs ou chèques design auprès des hôteliers, cafetiers, restaurateurs ou elle les met en relation avec des designers pour qu'ils puissent adapter leur offre.

La question de l'appropriation est essentielle sur un territoire qui n'est pas touristique. Afin de favoriser cette appropriation, un guide touristique a été réalisé avec les habitants. Un journal de la destination ALL (Autour du Louvre Lens) a permis de fédérer les professionnels du tourisme et les offices de tourisme. Il est aussi demandé par la population locale. Un premier carnet ALL synthétise le concept de destination. Il est diffusé à l'ensemble des acteurs et décideurs et porteurs de projet. Ce premier carnet consacré aux valeurs sera suivi de quatre autres carnets pratiques autour de l'hébergement-restauration, des aménagements d'espace et des produits dérivés.



## Val de Loire et réseau des Châteaux de la Loire: bilan et enjeux

RÉMI DELEPLANQUE

Chargé de mission Education et Culture, Mission Val de Loire Patrimoine mondial

Rémi Deleplanque

### La démarche d'inscription du Val de Loire au Patrimoine mondial de l'UNESCO

Le château de Chambord figurait déjà sur la liste du Patrimoine mondial depuis 1982. Depuis 2002, il a été intégré aux sites du Val-de-Loire. L'inscription concerne un corridor fluvial de 180 kilomètres de long, qui s'étend sur 800 km<sup>2</sup> et qui compte environ un million d'habitants. Ce territoire est complexe institutionnellement puisqu'il implique deux régions, quatre départements et 164 communes. Comme le Bassin minier, le Val de Loire est inscrit en tant que paysage culturel vivant pour la qualité de l'architecture, les traces de la civilisation de la Renaissance et les modalités particulières de construction d'un paysage.

L'inscription UNESCO dans le Val de Loire a été la mise en œuvre d'une partie d'un programme plus vaste: le plan Loire Grandeur Nature. La préparation de l'inscription a été réalisée dans un cercle fermé et n'a pas été partagée avec l'ensemble des acteurs du territoire. Cette démarche a des conséquences. Ainsi, aucun indicateur technique n'a été mis en place pour mesurer les évolutions de la fréquentation sur les sites inscrits. À l'époque, les châteaux de la Loire souffraient d'une érosion de leur fréquentation. L'inscription UNESCO du Val de Loire a donc été perçue comme une opportunité de renouveler l'intérêt touristique de cette région. Un seul projet structurant a vu le jour à l'époque: la Loire à Vélo.

La Mission Val de Loire Patrimoine mondial n'a pas été mise en place pour porter l'inscription. Elle a été créée au lendemain de l'inscription, pour la gérer a posteriori.

### La prise en compte renouvelée du paysage dans la stratégie de développement du tourisme

Le tourisme est pris en compte dans les documents stratégiques des régions Centre et Pays de la Loire, autour des thématiques suivantes: la qualité de l'offre, la formation des personnels, la capillarité des flux, la diversité des filières, les nouveaux usages en termes de pratiques comportementales vis-à-vis du paysage et notamment les itinérances douces.

Dans les axes programmatiques des Régions, sont clairement affirmées la volonté de la Région Centre d'être positionnée en matière de tourisme «nature et culture» et l'intention d'être une destination de tourisme durable et de capitaliser sur le succès de l'itinéraire de la Loire à Vélo. Depuis le bouclage de cet itinéraire en 2012, la fréquentation a fortement augmenté. 800 000 personnes l'ont fréquenté en 2012 et les retombées économiques directes sont évaluées à 17 millions d'euros, pour un investissement de 50 millions d'euros d'argent public.

---

En Région Pays de la Loire, les axes programmatiques sont la prise en compte d'un arrière-pays patrimonial qui vient compléter le littoral qui est déjà très fréquenté, la volonté de communiquer sur des marques et des thématiques et la diversification vers le nautisme fluvial, le tourisme culturel et l'œnotourisme.

### Le réseau des châteaux de la Loire

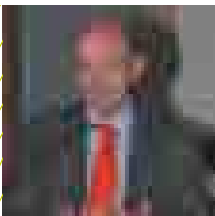
Ce réseau regroupe aujourd'hui 21 châteaux de la Loire : Chambord, Cheverny, Chenonceau, Villandry, Azay-le-Rideau, Brissac... Il concentre l'ensemble des plus fortes fréquentations (4,5 à 5 millions de visiteurs par an). Il travaille sur la promotion à l'international (web marketing, relations presse...), l'obtention du label Qualité Tourisme (outil de management et de mise à niveau), l'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite (amélioration des conditions d'accueil de tous les publics) et la médiation du patrimoine grâce aux nouvelles technologies. Le travail en réseau s'infléchit aujourd'hui sur des projets culturels partagés avec deux opportunités à court terme : le 500<sup>e</sup> anniversaire du décès d'Anne de Bretagne en 2014 qui concernera six châteaux sur les 21 et, en 2015, le 500<sup>e</sup> anniversaire de l'avènement de François 1<sup>er</sup>, en lien avec la BNF, le château de Fontainebleau et le musée national de la renaissance d'Ecouen.

En conclusion, l'inscription UNESCO du Val de Loire a apporté dans les discours et dans les écrits programmatiques la qualification de l'offre, la diversification des activités touristiques vers l'œnotourisme et le tourisme de nature et la montée en puissance des déplacements doux. Elle permet de renouveler le rapport physique à l'espace.

### CHARLES-ANDRÉ DE BRISSAC

Propriétaire du Château de Brissac

Charles-André de Brissac ✓



Pour que l'inscription au Patrimoine mondial de l'UNESCO soit un véritable succès, il convient de marier étroitement les villages, les paysages et les monuments, le vin étant la musicalité qui unit le tout.

Rencontres  
techniques **#2**  
des Climats de Bourgogne

**LES ACTES**



# Partage d'expérience



## Intégrer les réseaux régionaux, nationaux et internationaux : des atouts pour l'attractivité des territoires

- 
- 42 La mise en réseau des acteurs locaux : une meilleure lisibilité pour le touriste et d'une visibilité renforcée pour les prestataires  
*Des formations auprès des professionnels pour mieux faire connaître son territoire*
- 42 ANTOINE MUNOZ, Président du Club Hôtelier Dijon Bourgogne
- 43 NATHALIE DELARCHE VOZINSKI, Animatrice Tourisme Bassin Dijonnais à la CCI Côte d'Or  
*La charte « de vignes en caves » : mise en réseau des caves et retombées touristiques*
- 43 CAMILLE BARNIER, Responsable œnotourisme au Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB)
- 
- 44 La coopération entre intra et inter régions : des opportunités à saisir  
*La cité des vins de Bourgogne*
- 44 MICHEL BALDASSINI, Président délégué du Bureau interprofessionnelle des Vins de Bourgogne (BIVB)  
*Le Réseau des Cités de la Gastronomie : un outil original de valorisation culturelle et touristique*
- 45 PIERRE SANNER, Directeur de la Maison française du patrimoine et des cultures alimentaires  
*Dijon, Cité internationale de la gastronomie*
- 46 DIDIER MARTIN, Président de l'Agence Dijon Développement  
*Vu d'ailleurs : un réseau national entre sauvegarde et promotion du territoire*
- 47 JEAN-MICHEL GALLEY, Chargé de mission de l'Association Nationale des Villes et Pays d'art et d'histoire et des Villes à secteurs sauvegardés et protégés
- 
- 49 Intégrer les réseaux nationaux et internationaux : quels bénéfices pour votre activité ?  
*Label national « Vignobles & Découvertes » : les conditions d'une meilleure visibilité de l'offre œnotouristique*
- 49 PAULINE VERSACE, Responsable développement de l'œnotourisme, Atout France
- 50 ANNE-SOPHIE TAVANT, Animatrice Tourisme à la CCI Côte d'Or
- 51 BÉATRICE SENARD, Table Comte Senard  
*Le réseau européen des vignobles du Patrimoine mondial (Vitour) : qualité des paysages viticoles et leur appropriation par les habitants et les visiteurs*
- 52 MYRIAM LAIDET, Chargée de mission Développement durable, Mission Val de Loire Patrimoine mondial
- 54 EMMANUEL ESTOPPEY, Directeur de Lavaux Patrimoine mondial
-

## Partage d'expérience



### La mise en réseau des acteurs locaux : une meilleure lisibilité pour le tourisme et une visibilité renforcée pour les prestataires

Des formations auprès des professionnels  
pour mieux faire connaître son territoire

#### ANTOINE MUNOZ

Président du Club Hôtelier Dijon Bourgogne

Antoine Munoz



Le Club Hôtelier Dijon Bourgogne a été créé en 2009 afin de regrouper l'ensemble de l'hôtellerie du Grand Dijon et mieux vendre cette destination. Il intervient en complément de l'Office de Tourisme, de Côte d'Or Tourisme et de Bourgogne Tourisme. En 2010, une convention a été signée avec la CCI afin de conforter la structure du Club, qui regroupe quarante hôtels.

Des rencontres entre les membres ont été organisées afin de traiter différents sujets techniques d'actualité. Par ailleurs, le Club Hôtelier a été l'un des interlocuteurs de la Ville lors du fléchage des hôtels et a participé à des salons aux côtés de l'Office de Tourisme, de Côte d'Or Tourisme et de Bourgogne Tourisme. La structure a également organisé des moments conviviaux pour ses membres, mais aussi une réunion relative au yield management ou encore des formations de sauveteurs secouristes du travail. Enfin, le Club Hôtelier Dijon Bourgogne a soutenu la candidature à l'UNESCO, notamment en :

- organisant des formations destinées aux salariés des hôtels ;
- devenant mécènes de l'Association des Climats de Bourgogne ;
- participant la Semaine des Climats.

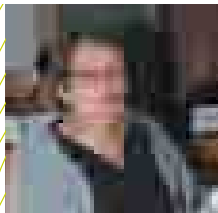
---

## NATHALIE DELARCHE VOZINSKI

Animatrice Tourisme Bassin Dijonnais à la CCI Côte d'Or

---

Nathalie Delarche Vozinski



La CCI de Côte d'Or soutient la démarche menée par l'Association des Climats de Bourgogne et participe à l'animation de nombreux clubs de chefs d'entreprise, dont le Club Hôtelier Dijon Bourgogne.

La formation dispensée a permis de sensibiliser les personnels d'un certain nombre d'hôtels dijonnais à la candidature de l'Association des Climats de Bourgogne afin de leur permettre de diffuser l'information aux autres collaborateurs des hôtels et au grand public. La formation, assurée en 2012 et 2013, a permis d'expliquer la notion de climat, ce qu'était le climat de Bourgogne et la candidature au Patrimoine Mondial de l'UNESCO, enfin de lister les vignobles européens déjà inscrits au Patrimoine Mondial. Cette formation a également permis d'expliquer que la démarche portait sur l'ensemble du patrimoine et la culture de la région et de préciser les retombées économiques attendues. Enfin, elle s'est terminée par la remise d'un diplôme aux participants et a fait l'objet d'articles de presse témoignant de la mobilisation des hôteliers.

Les actions de sensibilisation se poursuivront en 2014 auprès du public des restaurateurs.

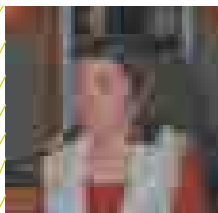
### La charte De vignes en caves: mise en réseau des caves et retombées touristiques

## CAMILLE BARNIER

Responsable œnotourisme au Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB)

---

Camille Barnier



La charte De vignes en caves a été créée en 1992 à l'initiative de Jean-Louis Trébuchet, alors Président du CRT et du Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne. Cette démarche régionale vise à garantir la qualité de l'accueil de la part des cavistes.

Ce réseau couvre désormais 375 caves, domaines et négociants et fait l'objet d'un contrôle annuel par audits externes permettant de faire un point concernant la charte et les demandes des adhérents. Ces audits permettent d'orienter des actions de sensibilisation et de formation.

Pour le producteur, l'adhésion à la charte permet d'accroître la visibilité de son domaine et de capter les touristes, grâce à des outils de communication (brochures papier, accueil de journalistes, référencement sur les sites Internet des partenaires...) et à la mise en réseaux de différents adhérents. Par ailleurs, un jeu présentant les vins et la viticulture bourguignonne, destiné aux enfants, permet de faciliter l'accueil des familles. Pour le visiteur, la charte permet de garantir la qualité de l'accueil, d'améliorer la lisibilité de l'offre au sein de la région et de faciliter l'organisation du séjour.

La charte De vignes en caves et le label Vignoble et découverte sont complémentaires. En effet, la charte porte uniquement sur les caves, alors que le label permet aux cavistes de s'ouvrir aux autres prestataires du tourisme (hébergeurs, restaurateurs...). Par ailleurs, le label assure une reconnaissance nationale. Pour sa part, les outils créés autour de la charte, notamment les outils de communications, peuvent être mis à la disposition du label.



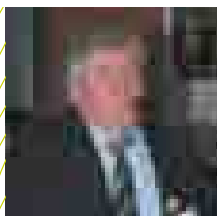
## La coopération intra et inter régions : des opportunités à saisir

### La cité des vins de Bourgogne

**MICHEL BALDASSINI**

Président délégué du Bureau interprofessionnelle des Vins de Bourgogne (BIVB)

Michel Baldassini



La Cité des Vins de Bourgogne devrait voir le jour à Beaune dans un futur proche. En effet, cette ville ne disposait pas d'un lieu d'accueil référent permettant d'expliquer aux touristes la complexité de la Bourgogne. Cependant, le projet n'est pas encore finalisé. Le travail se poursuit avec les collectivités locales, car son contenu n'est pas encore définitivement fixé et son financement reste à construire.

La Bourgogne est marquée par la forte empreinte du vignoble. Cette région est riche d'une multitude de sites (de travail, de vie, de vente, d'expérience) dédiés à la vigne et au vin. La Cité des Vins aura vocation à être le lieu de référence et de passage de tous les visiteurs en quête des clés de l'univers des vins de Bourgogne. Elle sera implantée dans la capitale des vins de Bourgogne, mais d'autres portes d'entrée seront aménagées dans les villes (Mâcon, Chalon-sur-Saône, Dijon, Chablis...) où la culture du vin est présente. Ce site aura vocation à faire découvrir les vins de Bourgogne, sensibiliser le grand public, promouvoir l'offre œnotouristique, enfin inciter à accroître la durée et la fréquence des séjours touristiques en Bourgogne. Cette structure sera un lieu fédérateur, rassemblant l'ensemble des acteurs concernés.

La Cité des Vins de Bourgogne aura pour vocation de renvoyer dans le vignoble les visiteurs avertis de l'univers des vins, d'être un lieu de pédagogie, de sensibilisation, de formation, et d'information. Elle s'inscrira dans un réseau des cités gastronomiques et des cités des vins, afin d'affirmer l'ouverture de la Bourgogne.

Le public cible correspond à la clientèle de proximité, à la clientèle touristique française ou étrangère, ainsi qu'aux œnotouristes. Il s'agira d'une porte d'entrée permettant de découvrir et de comprendre les vins de Bourgogne, ainsi que le patrimoine et la culture liée à la vigne, mais aussi d'un outil de promotion des vins, de la gastronomie et de l'offre œnotouristique.

Il s'agira d'une porte d'entrée numérique renvoyant au territoire, un équipement structurant tête de réseau, enfin un réseau d'équipements implantés dans les différents vignobles. La Cité sera également d'un portail du territoire, relais vers les points d'intérêt bourguignons pour les touristes, mais aussi d'un lieu identitaire pour les Bourguignons.

La Cité des Vins de Bourgogne comprendra un pavillon d'accueil, un pavillon des expériences et un pavillon dédié à l'Ecole des Vins et un réseau d'antennes. Ce projet s'adresse aux 44 % des touristes en Bourgogne dont la motivation principale est la vigne et le vin, aux 950 000 personnes habitant à moins d'une heure de transport de Beaune, et alors que 80 % de la fréquentation de la Côte d'Or passe par la Route des grands

---

crus. Le prix d'entrée devrait avoisiner les 10 euros et devrait induire une dépense moyenne de 25 euros par visiteur. Le projet permettrait de créer entre 25 et 30 ETP en emploi direct sur le site. L'objectif de fréquentation annuelle serait fixé à 90 000 visiteurs.

Ce projet, correspondant à une superficie de 3855 m<sup>2</sup>, induit un investissement prévisionnel compris entre 12,5 et 15 millions d'euros.

Le projet est acté au niveau de la profession. Les financeurs potentiels, notamment les collectivités territoriales, seront sollicités dès le mois de janvier 2014. La première pierre pourrait être posée en 2015 ou 2016.

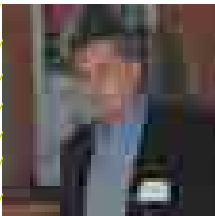
### Le Réseau des Cités de la Gastronomie: un outil original de valorisation culturelle et touristique

#### PIERRE SANNER

Directeur de la Maison française du patrimoine et des cultures alimentaires

---

Pierre Sanner



Le projet de Réseau des Cités de la Gastronomie devrait voir le jour entre 2016 et 2020. Plusieurs années de travail devront permettre de préparer ce nouvel outil de promotion du patrimoine gastronomique et d'attractivité de l'ensemble des territoires concernés.

Ce projet s'inscrit dans le prolongement de l'inscription du repas gastronomique français au patrimoine culturel et immatériel de l'UNESCO en novembre 2010. Cette convention datant de 2003 permet en effet de valoriser les patrimoines immatériels, parallèlement à la convention de 1972 relative au patrimoine mondial de l'humanité. Ce patrimoine immatériel, ou patrimoine vivant, est transmis de génération en génération, est recréé en permanence et est décidé par les communautés vivant ce patrimoine culturel. Cette démarche permet notamment de mettre en œuvre des mesures de sauvegardes destinées à assurer la viabilité et la continuité de l'élément inscrit au patrimoine culturel et immatériel. Le repas gastronomique, ou festif, correspond à une pratique sociale coutumière, destinée à célébrer les moments importants de la vie des individus et des groupes. Cette pratique est familière à tous les Français, se transmet depuis des siècles et évolue en permanence.

Trois ans après la reconnaissance du repas gastronomique français, la création d'un équipement pluridisciplinaire, l'une des mesures phares du plan de sauvegarde, va voir le jour à Dijon. L'origine du projet de création d'un lieu dédié aux cultures culinaires date de 1985. Le projet de Réseau des Cités de la Gastronomie comprendra plusieurs lieux et vise à défendre une sorte d'exception culturelle à la française, face à la standardisation des modes de vie. Il s'appuie sur trois axes :

- la diffusion des connaissances auprès du grand public, autour d'un espace vivant intitulé Les halles des trésors gastronomiques ;
- la création d'un centre de ressources d'information et de formation ;
- la mise en œuvre d'un pôle de développement économique et touristique.

Ces cités devront être implantées dans un écrin particulier de l'art de vivre à la française et devront constituer un outil privilégié d'attractivité territoriale à l'échelle régionale, nationale et internationale.

Un appel à manifestation d'intérêt a permis d'enregistrer six candidatures émanant des collectivités territoriales, dont quatre seront retenues :

- Dijon, dont la cité sera inaugurée fin 2016 ;
- Lyon, autour du thème « alimentation et santé » ;
- Paris Rungis, autour du thème de l'alimentation des grands centres urbains ;
- Tours, dans le cadre du projet de création d'une université des sciences et des cultures de l'alimentation.

La création de ce réseau de cités de la gastronomie, qui a vocation à s'étendre à d'autres villes, a été accueillie très positivement par l'UNESCO et par les services de l'Etat concernés. L'objectif consiste à trouver un subtil équilibre entre l'autonomie de programmation de chaque lieu et la coordination de l'ensemble permettant des développements mutualisés.

Ceci explique la création de quatre pôles moteurs et d'un socle commun, à savoir la défense du repas gastronomique dans sa définition de pratique sociale. Un rapport consacré à la gouvernance de ce réseau, qui devrait s'inspirer du modèle retenu dans le cadre des scènes nationales et des instituts français de l'étranger, doit être remis avant la fin du premier trimestre 2014.

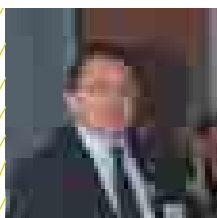
Dans ces temps de frugalité budgétaire, ce modèle permettra de produire à quatre des expositions ayant vocation à être présentées dans les différentes cités. Il sera également possible de mutualiser les expertises dans le domaine de la formation professionnelle, des commandes publiques, de la communication, ou encore au moyen de la création de résidences de chefs itinérantes. Il sera notamment nécessaire de se préparer à participer à l'exposition universelle de Milan en 2015, consacrée au thème Nourrir la planète, énergie pour la vie.

## Dijon, Cité internationale de la gastronomie

### DIDIER MARTIN

Président de l'Agence Dijon Développement

Didier Martin ✓



La ville de Dijon s'est vu confier le titre de Cité de la gastronomie pour faire vivre le patrimoine immatériel des Français, c'est-à-dire le repas gastronomique ou le repas de fête comprenant un apéritif, des friandises, une entrée, un plat, un fromage, un dessert et des boissons. La France doit faire vivre ce patrimoine et a choisi de le faire à travers une mission dirigée par M. Sanner, sous la haute autorité d'un comité scientifique et de deux ministères. La ville de Dijon s'est immédiatement sentie concernée par celle-ci mission qui correspond à la fois à son identité et à son «vouloir» en devenir.

En termes d'alimentation, chacun a le souhait de manger «bon», de manger «bien» et de manger «juste». Manger «bon» est synonyme de plaisir. La Cité doit donc être un lieu de plaisir, ce qui renvoie à la cuisine, aux produits, aux chefs, aux écoles de cuisine, aux vins, à la sommellerie, aux crus, aux Climats et, bien sûr, à la dégustation.

Manger «bien» signifie, pour un Français, se mettre à table, ce qui n'est pas le cas de tous les Européens. En France, manger obéit à un rite. Lors d'un repas de fête, la dimension conviviale et de partage est forte. Le repas s'accompagne de toute une culture, qu'il s'agisse de littérature, de musique, de cinématographie, de théâtre et d'arts en général. «Bien manger» signifie également préserver sa santé. Il s'agit donc de manger équilibré.

Enfin, manger «juste» renvoie à la nécessité de penser économies, social et environnement. Il s'agit d'un acte de médiation. La Cité de la gastronomie doit donc être un acte et un lieu de médiation ainsi qu'un acte de participation citoyenne.

Elle sera installée au sein de l'hôpital général, c'est-à-dire à la fois dans un site de centre-ville et au sein d'un monument historique classé, fortement chargé d'affectivité, à la fois lieu de vie et lieu de solidarité.

Pour Dijon, la gastronomie est une tradition. La bibliothèque nationale de Dijon abrite d'ores et déjà le fonds gourmand, c'est-à-dire l'ensemble des parutions relatives à la gastronomie, ainsi qu'une collection de menus.

Dans ce projet, la recherche également constitue un point important. Elle a été fortement mise en avant dans la candidature de Dijon, au travers de l'Inra et de sa recherche agronomique, de Vitagora – le pôle de compétitivité goût, nutrition, santé ou encore du Technopôle agro-environnemental de Bretonnière cofinancé par le Grand Dijon. L'Institut européen du goût effectue quant à lui des recherches très poussées sur le goût des nourrissons. L'enjeu est aussi économique, par le biais des transferts de technologies et des pépinières d'entreprises du secteur agroalimentaire.

Enfin, Dijon a su montrer sa capacité à porter de grands projets grâce à la réalisation du tramway.

---

*Une vue du site est projetée.*

Aux côtés du site historique, un éco-quartier sera construit, composé de bureaux, de logements, de jardins partagés, l'ensemble étant desservi par le tramway accessible depuis la gare TGV et se situant aux portes du centre-ville.

Le site présente une surface de 6 hectares dont 3,5 hectares d'éco-quartier, 26 000 mètres carrés de bâtiments, pour un projet évalué à 55 millions d'euros. Le nombre de visiteurs a été estimé à 250 000 par an. Les emplois directs seraient au nombre de 20 à 25 et les emplois indirects liés à l'hôtellerie, à la restauration ou encore à la galerie commerciale, de l'ordre de 300 à 500.

Les acteurs économiques se composent du monde du vin, du monde de la gastronomie, du monde de la culture, du tourisme d'affaire, de cinq offices de tourisme, des bars à vin, des cavistes...

La Cité internationale de la gastronomie se situe précisément au kilomètre zéro de la route des grands crus. Les Champs Elysées des vins de Bourgogne en partiront. L'objectif est évidemment de faire découvrir la côte viticole et les climats, classés au Patrimoine mondial de l'UNESCO.

Dijon constitue une grande porte d'entrée par son accessibilité, sa population ou encore son parc d'hébergements. Avec la Cité internationale de la gastronomie, la ville deviendra une porte d'entrée touristique pour l'ensemble de la Côte d'Or et de la Bourgogne. Cela nécessite toutefois une évolution des mentalités, une plus grande confiance et un travail commun. Telle est la clé du succès.

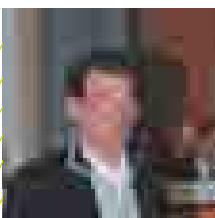
*Un film est ensuite projeté.*

## Vu d'ailleurs: un réseau national entre sauvegarde et promotion du patrimoine

### JEAN-MICHEL GALLEY

Chargé de mission de l'Association Nationale des Villes et Pays d'art et d'histoire et des Villes à secteurs sauvegardés et protégés

Jean-Michel Galley  
✓



Le réseau des Villes et Pays d'art et d'histoire et des Villes à secteurs sauvegardés et protégés a été créé par deux personnalités que sont Martin Malvy, Maire de Figeac, et Yves Dauge, ancien sénateur et adjoint au maire de Chinon.

Au-delà des institutions et des grandes villes, les Climats de Bourgogne sont aussi une affaire de personnes présentes sur le terrain. M. Bernard a souligné la problématique du temps mais a aussi souligné l'importance du « moi ». Le tourisme doit certes s'adapter à la demande mais certains produits doivent néanmoins continuer d'exister. L'authenticité du patrimoine, du vin ou des Climats repose sur des pratiques longues de plusieurs siècles. Le patrimoine est également un lieu de rencontres et de débats. Dans le monde du tourisme, il importe certes de s'adapter aux visiteurs mais pas au risque de manquer d'authenticité.

Le réseau est aujourd'hui constitué de près de 200 villes ou territoires qui se sont rassemblés pour faire valoir une politique large du patrimoine recouvrant le tourisme, l'éducation, la restauration, l'urbanisme et le paysage. La stratégie de ce réseau consiste en premier lieu à relier les réseaux entre eux sachant que ceux-ci se doivent d'être complémentaires et non d'entrer en concurrence. Le travail s'effectue également en lien avec l'UNESCO. L'Association Nationale des Villes et Pays d'art et d'histoire et des Villes à secteurs sauvegardés et protégés s'est donnée pour vocation de définir des plans de gestion, non pas seulement à l'échelon du secteur sauvegardé mais également à l'échelon du département ou de la région. Cette volonté est celle des élus. Tous les opérateurs, qu'ils soient opérateurs touristiques mais aussi propriétaires privés, doivent partager un but unique: mettre en œuvre une logique de réseau et une stratégie commune, qui nécessite une gouvernance.

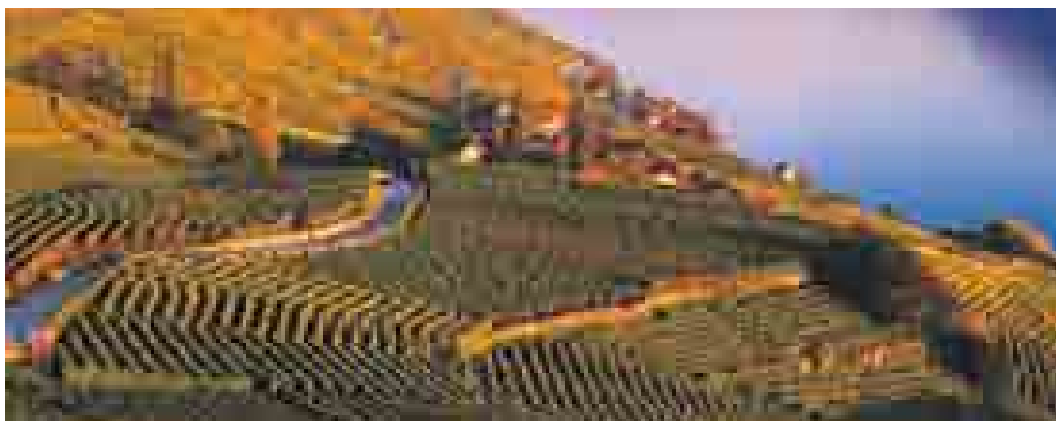
L'Association Nationale regroupe les secteurs sauvegardés. Ceux-ci sont soumis à une loi d'urbanisme, à un label – le label Art et histoire signé avec le Ministère de la Culture, et à une procédure – l'aire de valorisation d'architecture et du patrimoine. Ces outils ne sont pas destinés à constituer une contrainte pour l'habitant mais à accompagner au mieux la contribution des services de l'Etat.

---

**Q**uel que soit le projet de territoire, l'ensemble des réseaux doivent être présents autour de la table et les opérateurs, agir de concert. Le tourisme culturel doit s'articuler avec les démarches patrimoniales, par le biais de guides professionnels et de chefs de projet. L'Office de tourisme travaille d'ailleurs parfaitement bien avec l'ensemble des acteurs.

**L'**instruction du Patrimoine mondial constitue un moment extraordinaire pour travailler ensemble et identifier une stratégie commune, en vue de trouver des synergies entre opérateurs. L'enjeu consiste ensuite à amener les grandes institutions à servir le projet.

**E**n conclusion, le tourisme du patrimoine doit forcément s'inscrire dans une logique de réseau et dans une stratégie globale, dans laquelle les élus et les différents opérateurs font valoir des objectifs communs, définis lors de l'instruction. L'instruction du Patrimoine mondial des Climats de Bourgogne doit être une phase de débat et de convergence, dont le but est d'aboutir à une gouvernance commune sur un territoire relativement vaste rassemblant des opérateurs de taille très différente.



## Intégrer les réseaux nationaux et internationaux: quels bénéfices pour votre activité ?

**Label national « Vignobles & Découvertes » :  
les conditions d'une meilleure visibilité de l'offre œnotouristique**

### PAULINE VERSACE

Responsable développement de l'œnotourisme, Atout France

### ANNE-SOPHIE TAVANT

Animatrice tourisme à la CCI Côte d'Or

### BÉATRICE SENARD

Table Comte Senard

Le label Vignobles & Découvertes est dédié à l'œnotourisme. Il s'intègre dans une stratégie qui se décline autour de :

- la promotion et la mise en marché – un cluster œnotourisme existe au sein d'Atout France depuis 2000 ;
- l'assistance à projets et ingénierie, c'est-à-dire l'assistance à maîtrise d'ouvrage
- la réalisation d'études – notamment l'étude Tourisme et vins publié en 2010 et une deuxième étude à paraître prochainement dédiée à la mise en marché des produits œnotouristiques.

Le label « Vignobles et Découverte » présente des bénéfices à la fois pour les partenaires et pour la clientèle. Anne-Sophie Tavant expose ci-dessous les bénéfices qu'elle ressent au sein de sa propre destination labellisée.

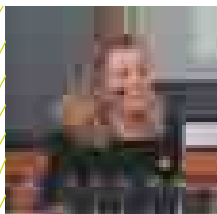
### ANNE-SOPHIE TAVANT

La CCI Côte d'Or est porteur de projets pour deux destinations labellisées : Colline de Corton et Colline de Montrachet.

La spécificité de ce label repose sur le réseau. Son efficacité passe en effet par un important travail de réseau. Les prestataires eux-mêmes l'affirment. La majorité d'entre eux considèrent la synergie entre acteurs comme un facteur motivant pour adhérer à ce label et indiquent avoir rencontré cinq à dix prestataires depuis leur adhésion. L'essentiel des actions menées par la CCI avec ses partenaires visent donc, en tout premier lieu, à une meilleure connaissance entre prestataires.

Le label constitue une reconnaissance pour les partenaires et un gage de qualité pour les clients.

Pauline Versace



### PAULINE VERSACE

Aujourd'hui, 36 destinations en France sont labellisées «Vignobles & Découvertes», soit près de 3000 prestataires labellisés, qui, outre les caves, recouvrent des restaurateurs, des hébergeurs, des sites touristiques, des structures réceptives, des événements et des activités, c'est-à-dire l'ensemble des parties prenantes du séjour œnotouristique. Chaque année, une destination labellisée peut intégrer de nouveaux partenaires.

La quasi-totalité des vignobles français sont ainsi couverts. La Bourgogne y est particulièrement bien représentée.

### ANNE-SOPHIE TAVANT

Colline de Corton et Colline de Montrachet sont deux destinations qui ont labellisées dès le départ, fin 2010. Elles couvrent le territoire de Côte et de Haute-côte de Beaune et représentent environ 170 prestations labellisées œnotourisme.

### PAULINE VERSACE

En tant qu'agence nationale de développement touristique, l'agence Atout France a pour obligation de promouvoir cette marque collective mais celle-ci doit également être ancrée localement pour être reconnue et pouvoir faire l'objet d'une promotion régionale, nationale, voire internationale.

### ANNE-SOPHIE TAVANT

À cet égard, la CCI Côte d'Or intervient essentiellement à deux niveaux :

- au niveau départemental et régional via ses partenaires que sont Bourgogne Tourisme, le BVB, Côte d'Or Tourisme ou l'Office du tourisme de Beaune ;
- au niveau des prestataires afin que ceux-ci affichent le label mais sachent également en parler.

### PAULINE VERSACE

Au niveau national, l'Agence Atout France s'est employée à élaborer la charte graphique associée au label et distribuée à l'ensemble des prestataires ainsi qu'aux porteurs de projets, afin de garantir une communication homogène. Atout France a également mis en place une stratégie numérique, tout d'abord sur son site corporate qui contient l'ensemble des informations relatives au label Vignobles & Découvertes, ainsi que sur le portail du tourisme français à l'intention de l'international «rendezvousenfrance.com» déployé sur 23 marchés en 14 langues. Une section y est dédiée aux vignobles et en particulier à Vignobles & Découvertes. Les porteurs de projet peuvent y intégrer du contenu propre à chacune de leur destination.

Le label est également présent au sein du cluster œnotourisme qui met chaque année en œuvre des campagnes de communication sur des marchés cibles d'intervention que sont les marchés de proximité mais également les marchés d'opportunités plus lointains. Des outils génériques sont diffusés, tels que la carte des vignobles de France distribuée à plus de 100 000 exemplaires sur laquelle apparaissent des destinations labellisées.

L'œnotourisme intéresse beaucoup la presse, tant spécialisée que grand public. L'Agence cherche donc à donner la parole aux porteurs de projets afin de valoriser les actions concrètes.

Outre les réseaux locaux de prestataires labellisés, le réseau des porteurs de projets – national – présente également un intérêt certain. Les destinations labellisées se réunissent ainsi une fois par an avec le Conseil supérieur de l'œnotourisme. L'accent est mis sur les échanges d'expérience et les bonnes pratiques afin qu'elles se propagent sur le territoire français.

### ANNE-SOPHIE TAVANT

La contribution de Colline de Corton et de Colline de Montrachet à la vie du réseau s'inscrit essentiellement dans une démarche de progrès et vise à faire remonter les attentes et les besoins en termes d'évolution du label ainsi qu'à partager les expériences.

---

## PAULINE VERSACE

Pour 2014, les objectifs poursuivis par le label Vignobles & Découvertes sont :

- la poursuite du développement, c'est-à-dire l'ancrage de la marque sur l'ensemble des vignobles français ;
- la poursuite de l'animation du réseau des partenaires labellisés ;
- la mise en réseau des acteurs clés du tourisme et des porteurs de projets afin de favoriser la commercialisation ;
- le déploiement de la stratégie numérique ;
- la facilitation des séjours œnotouristiques dans les vignobles pour la clientèle internationale.

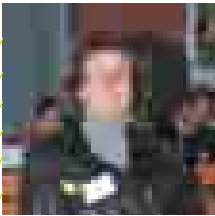
## ANNE-SOPHIE TAVANT

Colline de Corton et Colline de Montrachet viennent de déposer un dossier de renouvellement de leur candidature pour les trois ans à venir et pour une destination unique intitulée « Beaune, de Corton à Montrachet » regroupant une centaine de prestataires, pour un volume visé d'un million de clients annuels. En 2014, le travail portera prioritairement sur deux axes :

- l'animation et la promotion communication ;
- la poursuite du développement du réseau.

## BÉATRICE SENARD

Béatrice Senard



Le Domaine Comte Senard est un domaine familial situé sur la colline de Corton, produisant des grands crus à la fois blancs et rouges. Depuis plusieurs décennies, Philippe Senard, propriétaire du domaine accueillait des visiteurs et a souhaité, au fil du temps, améliorer cet accueil. C'est ainsi qu'un caveau de dégustation et une table d'hôtes destinés à la dégustation de vins ont été créés. Le village d'Aloxe-Corton compte 170 habitants qui, tous, vivent du vin. Outre les habitations anciennes qui le composent, la colline elle-même constitue un monument, permettant de lire la hiérarchie des appellations et de nombreux climats. Manquaient à cela des éléments de bien-être, de confort et de convivialité. La table d'hôtes devait permettre d'y remédier. Depuis sa création, le domaine accueille de nombreux visiteurs, majoritairement étrangers.

En Bourgogne, la mise en réseau existe depuis longtemps. Dans les villages, les associations de Saint-Vincent favorisaient l'échange et la solidarité entre vignerons, notamment en cas de maladie ou d'accident. À Aloxe-Corton, les vignerons dégustent les vins des uns et des autres dès la fin des vinifications. Cette solidarité existe également entre les différents villages ainsi qu'avec les maisons de vin. La promotion était pour sa part assurée de longue date par la Confrérie des Chevaliers du Tastevin.

Mais avec le développement de la communication, la mise en place de labels est apparue comme une nécessité. Ils constituent aujourd'hui une véritable reconnaissance de qualité. En revanche, les réseaux se sont tellement multipliés qu'une meilleure communication permettrait sans doute à chacun de mieux s'y retrouver. Une gouvernance de ceux-ci pourrait clarifier l'ensemble.

En tant que membre fondateur de Clos mosaïc, le domaine Senard s'est employé à s'inscrire dans un réseau d'œnotourisme en Bourgogne, ce qui lui a permis de rencontrer des restaurateurs, des hôteliers, des propriétaires de cave ou de table d'hôtes qui, tous, partagent le même souhait : que la Bourgogne réussisse.

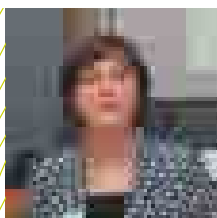
## Le réseau européen des vignobles du Patrimoine mondial (Vitour): qualité des paysages viticoles et leur appropriation par les habitants et les visiteurs

### MYRIAM LAIDET

Chargée de mission Développement durable, Mission Val de Loire Patrimoine mondial

#### Le réseau Vitour

Myriam Laidet



Vitour est un réseau européen né en 2005 suite à l'initiative du Val de Loire. L'idée était alors de mettre en réseau les viticulteurs du Val de Loire et les paysages culturels viticoles inscrits au Patrimoine mondial pour la qualité de leurs paysages. Ce réseau s'est ensuite développé et englobe aujourd'hui 14 partenaires, contre 7 à son fondement, à la fois d'Europe du Nord et d'Europe du Sud, l'objectif étant de partager les expériences et la manière de développer les engagements pris vis-à-vis de l'UNESCO.

Vitour constitue une alternative à la mondialisation. Face à la standardisation de la production, le réseau revendique au contraire une volonté de préserver l'identité pluri-centenaire des paysages, d'affirmer l'unicité et la singularité des cultures et la diversité des expressions culturelles face à l'uniformisation du goût.

Cet engagement commun à faire vivre et partager la qualité patrimoniale de ces paysages est lié à une géographie, une histoire, un patrimoine spécifique, un art de vivre et une civilisation du vin. L'objectif est de revendiquer un paysage né d'une viticulture de terroir.

*Des photographies sont projetées.*

Le site de Fertő Neusiedler See est un site lacustre transfrontalier constituant la plus grande réserve d'eau douce d'Europe centrale. Au départ, ce site était inscrit au Patrimoine mondial pour son paysage viticole et la qualité de sa biodiversité liée à ses zones lacustres. Il est occupé par l'homme depuis le sixième millénaire avant Jésus-Christ et présente une géographie tout à fait spécifique ayant permis le développement d'une viticulture florissante. Il défend aujourd'hui un patrimoine.

Tokaj, en Hongrie, constitue pour sa part l'une des premières zones de production à avoir fait l'objet de normes pour pouvoir justifier et fonder la production d'un vin que Louis XIV considérait comme étant «le vin des rois et le roi des vins». Il s'agit, en quelque sorte, de la première AOC d'Europe qui a généré un paysage très spécifique. Tokaj a toujours été et demeure aujourd'hui encore le berceau de l'identité nationale hongroise. Cette identité s'est exprimée à travers la production de ce vin inégalable et inégalé. Le croisement de cette géographie et de cette histoire constitue un patrimoine spécifique qui fait la singularité de ces paysages.

De la même manière, les Cinque Terre et leurs 6500 kilomètres de murs de soutènement présentent des paysages tout à fait particuliers. La problématique consiste aujourd'hui à faire face à l'érosion permanente. Ce paysage a été entièrement créé par la main de l'homme et nécessite donc d'être entretenu. Les 2,5 millions de touristes qui se rendent chaque année dans la région, en grande partie pour profiter de la mer, et une partie des recettes qui en découlent permettent une réhabilitation progressive des terrasses et une réaffectation de celles-ci à des cultures alternatives.

Le réseau Vitour met les professionnels de la vigne en lien avec des collectivités et des gestionnaires de site. Le paysage est un outil permettant de réaffirmer le rôle du viticulteur comme une composante du territoire et donc comme un acteur incontournable pour l'avenir de ce territoire. Le réseau Vitour permet également de capitaliser les bonnes pratiques, de mettre en œuvre des projets interrégionaux et, enfin, d'assurer une sensibilisation et une formation des habitants. Ces quatre grands axes ont fait l'objet, à Tour, en 2008, d'un engagement des régions porteuses de ce réseau. Ils sont aujourd'hui mis en œuvre, notamment grâce à la mobilisation de fonds européens. 2 millions d'euros ont ainsi été utilisés pour constituer un recueil de bonnes pratiques en matière d'agriculture durable, de transport, d'accessibilité, de tourisme, d'urbanisme, d'architecture ou encore de gestion des risques, soit tous les aspects de la gestion de ce paysage. Le site Internet Vitour.org présente l'ensemble de ces pratiques.

En complément de ce recueil, un guide européen pour la protection et la mise en valeur de ces paysages culturels viticoles a été publié en octobre 2012, à l'occasion du Salon du Goût de Turin. Il peut également

---

être téléchargé sur le site. Pour lui assurer une meilleure lisibilité, les « Vitour Awards » récompensent les bonnes pratiques en matière de gestion, de protection et de mise en valeur, notamment touristique.

Le principal objectif du réseau Vitour est de protéger ces patrimoines, à travers l'approfondissement de la connaissance. Celui-ci s'emploie donc à développer des inventaires et les connaissances en matière d'architecture, de paysage ou encore de savoir-faire. La protection des patrimoines passe également par la restauration. S'il ne s'agit pas de tendre à une muséification de ces paysages, l'enjeu est de réfléchir à la manière dont les éléments justifiant l'inscription au Patrimoine mondial peuvent permettre à cette viticulture de s'adapter aux attentes actuelles, tout en préservant la qualité à l'origine de l'excellence du paysage considéré. Il s'agit donc d'établir les modalités d'intervention, de définir les périmètres de protection, de gérer les mutations.

Des partages d'expérience ont été sélectionnés par l'ensemble des sites du réseau à l'occasion d'une dizaine de séminaires et des échanges s'effectuent désormais directement de site à site. Cet effet « tutorat » permet progressivement d'accroître l'expérience en matière de gestion paysagère.

### L'application en val de Loire

Le Val de Loire est inscrit au Patrimoine mondial de l'UNESCO au titre des paysages culturels vivants. À travers Vitour, la mission Val de Loire Patrimoine mondial s'est attachée à mettre en valeur ces « valeurs paysagères et patrimoniales », au service de l'œnotourisme culturel.

Sur ce territoire, le paysage viticole présente la particularité, contrairement au patrimoine bâti, de ne pas être visible depuis la Loire, dans la mesure où il se situe en revers de coteaux. L'enjeu consiste donc à mettre en valeur le patrimoine bâti pour appeler à la découverte des vignes.

En superficie, ce paysage représente 18% des AOC du Val de Loire. L'enjeu est donc important. L'extension urbaine constitue la première des menaces. Certaines AOC particulièrement menacées ont été invitées à réfléchir à des systèmes de protection. C'est ainsi que les ZAP (Zones Agricoles Protégées) ont été mises en place. En matière de densification du bâti, ces outils n'autorisent que l'installation de bâtiments agricoles. À Montlouis par exemple, le maire a été dépossédé de son droit à permis de construire au profit du Préfet qui lui-même s'appuie sur un comité technique chargé de délivrer les permis en fonction d'une utilité et d'une viabilité professionnelles. Ce maire a bien compris que l'argument viticole constituait l'argument majeur permettant de renforcer l'attractivité de sa commune, grâce à une identité réaffirmée. Les négociations préalables à la définition du périmètre ont été longues mais le résultat est là et Montlouis a d'ailleurs été récompensée par un Vitour Award pour la qualité de sa démarche. Le Val de Loire s'est depuis doté d'un plan de gestion qui recommandait notamment, pour les espaces viticoles, la création de zones agricoles protégées. Depuis 2008, 7 AOC, soit 15 collectivités, ont adopté le système de ZAP.

Cette dynamique est notamment née de Vitour et d'une prise de conscience de la nécessité de préserver un outil de production pour faciliter une homogénéité territoriale et la réinstallation de nouveaux vignerons.

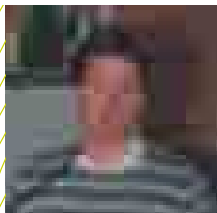
Le deuxième impact tient à l'œnotourisme, aujourd'hui en plein essor. Depuis près de dix ans, des circuits « vignes, vins, rando » sont développés par l'Interprofession des vins du Val de Loire à l'occasion du premier week-end de septembre. Ceux-ci font l'objet d'une signalétique pérenne et permettent de découvrir les paysages, les vignes et le patrimoine qui y est lié. En 2013, il est apparu que 23% des randonneurs venus ce week-end-là étaient présents dans le cadre de vignes, vins et rando, ce qui souligne l'impact de cet événement. Au-delà des circuits, la dynamique résulte d'une douzaine de packages touristiques et de 177 hébergements et restaurants certifiés. Elle est actuellement en voie de pérennisation grâce au label Vignobles & Découvertes, en pleine expansion, ainsi qu'au label Cave touristique. La mise en réseau est donc de plus en plus conséquente.

En Val de Loire, le réseau Vitour permet une visibilité internationale très importante et l'ancrage d'événements spécifiques. Des journées techniques sont organisées chaque année à Tour lors de la fête des vins et le réseau est également partenaire de la Cité internationale de la gastronomie. Le réseau Vitour permet aussi une prise de conscience plus forte de la valeur patrimoniale du paysage. Des stratégies d'accueil villages viticoles se développent au contact de la prise de connaissance des expériences mises en œuvre ailleurs.

## EMMANUEL ESTOPPEY

Directeur de Lavaux Patrimoine mondial

Emmanuel Estoppey



Le vignoble de Lavaux fait également partie du réseau Vitour et est inscrit au Patrimoine mondial de l'UNESCO depuis juin 2007. D'une surface de 890 hectares, il se situe sur les bords du lac Léman et regroupe une dizaine de communes. Ce vignoble recouvre trois appellations différentes, sept zones de production, 250 vignerons et 1100 propriétaires de parcelles.

Lavaux est un paysage culturel vivant, témoignant d'une interaction profonde entre l'homme et son environnement. Auparavant forêt qui descendait jusqu'au lac, le territoire a été transformé en vignoble il y a près de 1000 ans. Sur les 250 vignerons d'aujourd'hui, nombreux sont ceux appartenant à des familles présentes sur le territoire depuis 1250, 1300 ou 1350.

Ce territoire présente également la particularité d'être encerclé par deux agglomérations importantes : Lausanne et Vevey-Montreux. La protection du vignoble a débuté dans les années 45 et l'aire viticole est devenue totalement inconstructible. Le paysage témoigne de l'action de l'homme au vu des très nombreuses terrasses construites dans une pente abrupte. Un écrivain suisse parlait de la plus belle cathédrale jamais construite. L'histoire viticole marque tout le paysage et l'attachement des habitants à leur territoire. De génération en génération, les individus se sont employés à transmettre des exploitations intactes à leurs descendants.

Au-delà des vignerons, l'ensemble du peuple vaudois s'est exprimé en faveur de la protection de ce territoire. Le vignoble de Lavaux est ainsi inscrit dans la constitution du canton, ce qui constitue un point exceptionnel. Enfin, lors de la candidature au Patrimoine mondial de l'UNESCO, l'ensemble des Vaudois se sont fortement mobilisés.

Depuis l'inscription, le nombre de touristes a augmenté de 20 % à 30 %. Dans le même temps, les ventes de vin ont chuté de 20 % à 30 %. Force a été de constater que les visiteurs se rendaient à Lavaux pour s'y promener sans se rendre compte que ce paysage avait été construit par les mains de l'homme et qu'il dépendait avant tout d'une culture. La décision a donc été prise de mettre les visiteurs en lien avec les vignerons, grâce à l'initiative Lavaux en scène, développé avec le réseau Vitour. L'ensemble des éléments constitutifs de l'inscription du vignoble au Patrimoine mondial (climat, géologie...) ont été vulgarisés afin de pouvoir être restitués aux visiteurs, par le biais de guides, d'un site Internet ou encore d'applications mobiles. Le travail scientifique se poursuit par ailleurs sur l'ensemble de ces sujets afin de pouvoir alimenter régulièrement l'information diffusée. Ces guides reprennent également ces mêmes éléments racontés par un habitant de Lavaux. Les vignerons ont la possibilité de contribuer à la rédaction de ces guides et peuvent également agir en complément, par le biais de leur activité, en organisant des expositions, des visites ou autres événements sur leur vignoble. Enfin, les guides du patrimoine de Lavaux sont formés sur l'ensemble de ces sujets et accompagnent les visiteurs sur le vignoble.

Dans le cadre de ce projet, Lavaux Patrimoine mondial s'est remis en question et a modifié sa structure de gestion. L'association Lavaux Patrimoine mondial a ainsi été créée et a, depuis juin 2013, la responsabilité de l'application du plan de gestion. Elle permet de travailler avec les différents acteurs du site : vignerons, acteurs touristiques, culturels, éducatifs... Enfin, elle est ouverte à l'ensemble des habitants, ce qui permet de recréer du lien et de relancer la dynamique observée lors du processus d'inscription.

Aujourd'hui, des discussions sont en cours pour la préparation du troisième volet du réseau Vitour.

---



# Table-ronde



## **Acteurs du territoire, comment vous impliquer dans la candidature des Climats de Bourgogne ?**

### **Animateurs**

**JEAN-PASCAL VENDEVILLE**

Directeur du cabinet Kurt Salmon

**KRYSTEL LEPRESLE**

Directrice de l'Association des Climats de Bourgogne

---

### **Participants**

**ISABELLE GORECKI**

Gérante de la Sarl SRH SAINTE ANNE, Dijon  
et vice-présidente du Club Hôtelier Dijon Bourgogne

**YOURI LEBAULT**

Gérant de Bourgogne Gold Tour

**JEAN-MICHEL TISSOT**

Directeur du Cassissium, Nuits-Saint-Georges

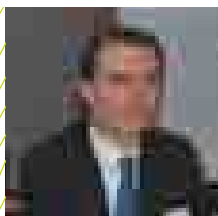
---

## Table-ronde



### JEAN-PASCAL VENDEVILLE

Jean-Pascal Vendeville

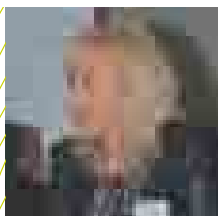


L'objectif de cette journée était de pouvoir éclairer l'ensemble des intervenants et de se forger une conviction, par le biais de retours d'expérience, sur la manière, pour les Bourguignons, de participer à ce défi d'inscription au Patrimoine mondial de l'UNESCO.

Trois intervenants participent à cette table ronde. Isabelle Gorecki est gérante de la SARL SRH Sainte Anne, dans le domaine de la restauration, et Vice-Présidente du Club Hôtelier Dijon Bourgogne. Youri Lebault gère le Bourgogne Gold Tour, activité très spécifique à la frontière du transport et de la médiation culturelle. Jean-Michel Tissot, dirige le Cassissium à Nuits-Saint-Georges. Comment intégrez-vous, dans vos activités, cette démarche d'inscription au Patrimoine mondial ?

### ISABELLE GORECKI

Isabelle Gorecki



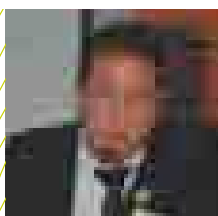
Je suis hôtelière et restauratrice à Dijon. Nous sommes donc acteurs du tourisme au quotidien, tant vis-à-vis de touristes particuliers que vis-à-vis d'une clientèle affaire. Nous sommes intimement persuadés que l'inscription des Climats au Patrimoine mondial de l'UNESCO sera un jour une réalité. Je milite moi-même en ce sens. Et il me semble important d'y impliquer tout un chacun. Mon entreprise compte 30 collaborateurs que j'ai tous informés sur la démarche d'inscription des Climats et sur l'UNESCO. Aujourd'hui, tous se mobilisent autour de cette thématique. À titre d'exemple, lorsque le client arrive à l'hôtel, une fiche lui est remise l'invitant à participer à la visibilité de la candidature.

### JEAN-PASCAL VENDEVILLE

Youri Lebault, quelle est la particularité de votre activité ?

### YOURI LEBAULT

Youri Lebault



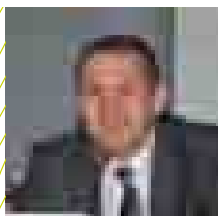
Bourgogne Gold Tour a une activité de circuits touristiques haut-de-gamme et sur-mesure en Bourgogne et plus particulièrement dans les Climats puisque les circuits sont principalement localisés en Côte de Nuits et en Côte de Beaune. Nos « invités » sont, pour la majorité, étrangers, en provenance des Etats-Unis, d'Australie, de Singapour ou d'Hongkong.

Si nous sommes, depuis deux à trois, rompus au discours sur les climats, je constate que nos clients ne savent pas ce qu'est un climat, ce qui nous amène, en tant que guide touristique sur le terrain, à faire découvrir ou comprendre cette notion. Le livre que j'ai écrit intitulé « En route pour la découverte des Climats du vignoble de Bourgogne » vise également à présenter la manière dont il est possible de découvrir ces climats. Cette découverte s'articule autour de trois points essentiels :

- la présentation de l'histoire des Climats ;
- la rencontre avec les vignerons ;
- la dégustation, qui permet à tout un chacun de comprendre que chaque vin de climat est unique et ne ressemble pas au vin du climat voisin.

Cette notion de climat n'existe qu'en Bourgogne. Elle doit être mise en avant.

Jean-Michel Tissot



### JEAN-MICHEL TISSOT

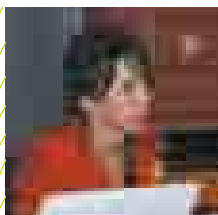
Le Cassissium est un site de tourisme industriel sur la fabrication des crèmes et des liqueurs, au premier rang desquelles la crème de cassis. Le site reçoit près de 40 000 visiteurs par an, dont 25 % d'étrangers. La candidature des Climats nous intéresse particulièrement compte tenu de la croissance de chiffre d'affaires qui pourrait découler d'une inscription au Patrimoine mondial.

Au sein du Cassissium, la candidature des Climats est évoquée au cours de la visite guidée du site de production de la maison Vedraine. J'appartiens quant à moi à différentes associations pour la promotion du tourisme en Bourgogne. Chaque action, qu'elle soit ciblée sur le tourisme individuel ou le tourisme de groupe, est l'occasion de promouvoir la candidature des climats.

### KRYSTEL LEPRESLE

La candidature des Climats au Patrimoine mondial nous amène à élaborer un plan de gestion permettant de préserver la valeur des climats. Il repose sur un tourisme durable, sur la médiation et la compréhension des climats. Quelle est votre connaissance du plan de gestion ? Comment ces termes vous interpellent-ils dans votre activité ? La candidature au Patrimoine mondial modifie-t-elle vos pratiques ?

Krystel Lepresle



### JEAN-MICHEL TISSOT

En termes de commercialisation, la candidature des Climats nous ouvre davantage de perspectives à l'étranger. Nous essayons de travailler en partenariat avec Bourgogne Tourisme et Côte d'Or Tourisme afin de faire évoluer nos cibles.

### ISABELLE GORECKI

50 % de la clientèle de notre hôtel – l'Hôtel Philippe le Bon – est étrangère. Mon objectif est d'accroître cette clientèle qui fréquente davantage les établissements comme le nôtre, sur une période relativement longue allant de Pâques à la fin de la vente des vins. Cette clientèle sera sensibilisée à la candidature des Climats car les clients étrangers disposent souvent de documents recensant les adresses des lieux à visiter et notamment des lieux inscrits au Patrimoine mondial de l'UNESCO.

Cette perspective de labellisation constitue un moteur très fort dans notre activité.

### YOURI LEBAULT

Pour ma part, la candidature des Climats au Patrimoine mondial est à l'origine même de mon projet.

### JEAN-PASCAL VENDEVILLE

La parole est désormais à la salle. Comment réagissez-vous à cette démarche dans votre activité ? Comment saisissez-vous l'opportunité de soutenir la candidature des Climats ?

### QUESTION DE LA SALLE > ANDRÉ VALOGNES,

bénévole de l'Association des climats

En tant que bénévole des climats, je constate que le touriste qui vient découvrir la région est aujourd'hui plus curieux de la signification du terme lui-même et de ce qu'il représente. La question consiste à savoir comment créer un lien entre habitants et visiteurs. À titre personnel, je pense que les Bourguignons eux-mêmes devront faire vivre les climats. Le besoin d'informations des habitants me semble à cet égard très important.

### KRYSTEL LEPRESLE

Le dossier de candidature a été publié aux éditions Glénat, dans sa version scientifique mais néanmoins accessible au grand public. Il constitue un très bon outil de sensibilisation. La commission tourisme a par ailleurs travaillé sur la médiation de proximité. C'est ainsi que sont apparus en Bourgogne les Greater, réseau international qui a rapidement connu le succès sur les communes de Beaune, Nuits-Saint-Georges et Dijon. 60 personnes environ sont aujourd'hui mobilisées. Certains habitants sont donc médiateurs et partagent très régulièrement avec les visiteurs ainsi qu'avec les locaux.

---

### RÉPONSE DE LA SALLE > CARINE BAJARD-HUDELLOT,

directrice de l'Office de tourisme du Pays de Nuits-Saint-Georges

Une douzaine de Greaterers sont aujourd'hui répartis sur le territoire compris entre Dijon et Nuits-Saint-Georges. Ils proposent des promenades et ont plaisir à faire découvrir leur territoire aux visiteurs issus du monde entier. Les Climats et la candidature au Patrimoine mondial sont le fil conducteur qui les relient les uns aux autres, quels que soient leurs centres d'intérêt, l'objectif étant de générer de nouveaux ambassadeurs.

### QUESTION DE LA SALLE > FRANÇOIS PREVOST,

Bourgogne Jeep Découverte

J'organise des randonnées en jeep de collection à travers le vignoble, essentiellement de Beaune et Nuits-Saint-Georges. Les visiteurs reconnaissent bien volontiers la beauté des paysages et la sympathie des vignerons mais sont en revanche choqués par le traitement chimique des vignes. La démarche de classement UNESCO s'accompagne-t-elle d'une action visant à limiter ce traitement ?

### KRYSTEL LEPRESLE

S'agissant des objectifs de développement durable, le BIVB a lancé un plan 2015 reposant essentiellement sur le développement durable. Au titre de notre propre plan de gestion, la commission paysage et environnement travaille sur des objectifs de réduction des produits phytosanitaires avant l'horizon 2015, en partenariat avec la Confédération des appellations et vignerons de Bourgogne, la Fédération des négociants éleveurs de Bourgogne et le Bureau interprofessionnel des vins de Bourgogne. Mais notre rôle n'est pas de promouvoir un label qui serait un label bio. Durant la semaine du développement durable, nous avons cette année organisé différentes rencontres sur des thématiques larges telles que les énergies renouvelables au sein des cuveries. Le nombre d'auditeurs n'était pas à la hauteur de nos espérances, ce qui montre que nous avons encore du travail en la matière.

### RÉPONSE DE LA SALLE > SÉVERIN BARIOZ,

directeur de la Confédération des appellations et vignerons de Bourgogne

Le contexte est particulier en ce sens que la population est particulièrement sensibilisée à cette problématique. Les viticulteurs et négociants s'inscrivent, depuis près de 15 ans, dans des démarches raisonnées marquées par une baisse significative des traitements. La Côte d'Or fait d'ailleurs partie des vignobles comptant le plus de viticulteurs bio. Le pôle viticole régional mis en place à Beaune intègre quant à lui le SEDARB, chargé des viticulteurs bio. La tendance est donc au rapprochement et il importe de veiller à ne pas monter une viticulture contre une autre. Si personne n'a intérêt à traiter, il faut également que les viticulteurs puissent vivre de leur activité. L'enjeu consiste donc à trouver un juste équilibre, sachant qu'il s'agit également d'une question de moyens. Notre volonté est bien de faire passer ce message à nos adhérents

### QUESTION DE LA SALLE

Je suis un grand amateur de vins de Bourgogne et participe chaque année aux vendanges. J'ai, cette année et à cette occasion, interrogé le propriétaire du domaine sur ce que lui apporterait une inscription des Climats de Bourgogne au Patrimoine mondial de l'UNESCO. Celui-ci m'a répondu être dans une situation d'attente.

### KRYSTEL LEPRESLE

Nous avons organisé des réunions d'information destinées aux professionnels de la viticulture tant au long de la candidature et leur avons également envoyé des lettres d'information. Les présidents d'interprofession reçoivent eux aussi de la documentation. La sous-Préfète de l'arrondissement de Beaune a quant à elle adressé une invitation à l'ensemble des vignerons de la Côte d'Or en date du 17 décembre pour leur présenter l'état des lieux de la candidature et les orientations. Nous espérons ainsi pouvoir faire le lien. Nous entendons néanmoins souvent le son de cloche dont vous vous faites l'écho. Nous nous employons pourtant à organiser le maximum de rencontres.

---

## UN INTERVENANT

Le Directeur de Lavaux Patrimoine mondial a indiqué que les nouveaux clients apportés par l'inscription du territoire au Patrimoine mondial n'étaient pas particulièrement intéressés par le vin produit à Lavaux mais plutôt par les paysages. Ce sujet me semble tout à fait en lien avec la remarque précédente. L'enjeu consiste à s'assurer que la démarche est bien commune entre la viticulture, le tourisme et l'ensemble des parties prenantes. Plus les échanges seront nombreux, plus la candidature aura des chances d'être un succès.

## EMMANUEL ESTOPPEY

Nous l'avons constaté à Lavaux mais de nombreux sites en avaient déjà fait l'expérience : les augmentations de fréquentation sont le fait d'une clientèle qui n'est pas en adéquation avec notre manière de les réceptionner. Nombre de ces sites ont ainsi besoin d'une période d'adaptation. Ce travail est toutefois tout aussi intéressant que le travail réalisé dans le cadre de la démarche d'inscription et de mobilisation.

## PASCALE LAMBERT,

Directrice de l'Agence Départementale du Tourisme en Côte-d'Or

Je formule un vœu concernant la Côte de Nuits : que le nombre de labellisés Vignobles & Découvertes et que le nombre de viticulteurs adhérant à la charte « De vignes en caves » augmentent. L'offre est aujourd'hui peu représentative. J'espère que le mouvement d'accueil dans les caves ne fera que s'amplifier lorsque la candidature aura abouti.

## ISABELLE GORECKI

Il faut continuer à sensibiliser les Dijonnais et les habitants de la Côte d'Or qui ne le sont pas encore suffisamment. Dans mon établissement, nous organisons une fois par semaine Les Saveurs du Jeudi, évènement qui consiste à inviter des vigneron dans nos caveaux afin qu'ils puissent parler de leur vin à un public d'individuels, pour l'essentiel dijonnais, qui s'inscrivent en amont. La soirée se termine autour d'une table d'hôtes. Ces rencontres sont évidemment l'occasion de discuter des climats.

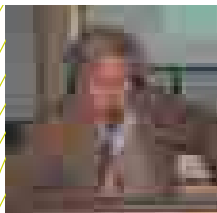
## KRYSTEL LEPRESLE

Avant de donner la parole à Guillaume D'Angerville pour la conclusion, je tiens à remercier l'ensemble de nos partenaires qui nous ont aidés à construire ce programme.

## GUILLAUME D'ANGERVILLE

Président délégué de l'Association des Climats du vignoble de Bourgogne

Guillaume d'Angerville



**M**erci Krystel. Effectivement, il y a beaucoup de gens à remercier, mais nous sommes évidemment déjà heureux d'être accueillis par le Grand Dijon dans cette salle très technologique. Ils nous ont reçus remarquablement et on les remercie pour leur mécénat depuis longtemps et aujourd'hui pour nous aider dans cette bonne journée.

**E**t puis je voudrais évidemment remercier aussi du fond du cœur tous les gestionnaires des autres sites du Patrimoine mondial qui ont fait le déplacement pour venir partager avec nous leurs idées, leurs réflexions, leurs projets, leurs expériences. Pour nous, c'est formidable d'avoir toutes ces expériences devant nous qui vont nous aider, peut-être, à éviter d'essayer les plâtres, à innover, à trouver de nouvelles idées, et surtout à comprendre les dangers sur le chemin de l'inscription, mais surtout sur le chemin post-inscription. Comment est-ce qu'on maintient cette mobilisation ? C'est quelque chose que j'ai déjà entendu plusieurs fois dans l'heure qui vient de passer. Comment est-ce qu'on maintient cette mobilisation et comment on utilise ce formidable levier de la population locale pour gérer ce tourisme ?

**B**ien entendu, je voudrais également remercier tous les acteurs locaux qui sont venus, soit partager eux-mêmes des expériences, soit évidemment écouter, essayer de comprendre, ne serait-ce que montrer de l'intérêt pour tous ces sujets, tous les professionnels du tourisme de la Côte-d'Or, tous les hôteliers, tous les restaurateurs, évidemment toute la viticulture, tous les négociants, tout le monde partie prenante dans ce projet gigantesque qui peut, nous le pensons du fond du cœur, apporter énormément à notre région, mais encore faut-il évidemment que nous soyons mobilisés ensemble pour que cela se passe.

**J**e tire quelques enseignements de la journée. Même si je n'ai pas assisté à tout, je sais à peu près ce qui s'y est passé. Je crois que les enjeux que l'on nous donne, c'est effectivement le maintien de la mobilisation, trouver le bon équilibre dans la fréquentation touristique qui va être supérieure après par rapport à aujourd'hui, en maintenant évidemment un accueil de bonne qualité. On sent bien que c'est un sujet très important, et puis c'est vrai que c'est un souci pour la viticulture aussi ; je crois que cela rejoint la question sur l'ouverture des caves. Certains producteurs s'inquiètent effectivement de cet afflux nouveau de touristes. Il va falloir gérer cela intelligemment et il va falloir trouver des bonnes idées pour le faire. Et puis le troisième grand enseignement de la journée, je pense que c'est l'importance des réseaux, les réseaux locaux, les réseaux nationaux, Vitour, toutes ces interconnexions entre les différents réseaux. Je dirais que cela est d'autant plus important pour nous, pour notre dossier, du fait de l'importance du territoire, de la taille du territoire.

**E**n conclusion, que pouvons-nous dire ? Évidemment, il n'y a pas de situation exactement identique. On sait bien que chaque site a ses propres circonstances, mais on sait que, comme tous les autres sites, si on est inscrit, on aura une augmentation de la fréquentation. Il faut donc que l'on inscrive la question du tourisme, la question de l'accueil, dans le contexte de notre plan de gestion dont Krystel a parlé et que l'on conserve cette dynamique en articulant le meilleur accueil dans le contexte de ce plan de gestion.

**V**oilà. Je voulais dire pour terminer que Krystel a évidemment oublié de se remercier elle-même ainsi que son équipe. Nous remercions donc Krystel Lepresle, Delphine et Charlotte pour leur travail d'organisation tout à fait exceptionnel, comme d'habitude, pour l'organisation de cette journée. Et puis pour vous dire aussi que nous avons l'intention de publier les actes de cette journée, qui seront disponibles, pour tous ceux qui sont venus aujourd'hui mais bien sûr d'une manière générale, vers le mois de mars 2014.

**M**erci encore d'être venus aujourd'hui nous écouter, écouter les intervenants, et à bientôt pour de nouvelles aventures.



LES CLIMATS

DU  
VIGNOBLE  
DE  
BOURGOGNE



Rencontres techniques **#2**  
des Climats de Bourgogne

# LE PLAN DE GESTION



## Le tourisme durable, un enjeu pour le territoire des Climats

Une candidature d'inscription sur la Liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO traduit la volonté d'un territoire de voir son histoire, son patrimoine, ses traditions, ou encore ses paysages faire partie d'une Liste prestigieuse, reconnue par la communauté internationale, permettant ainsi sa préservation et sa transmission aux générations futures. Elle n'a pas pour ambition de muséifier un site, mais bien d'accompagner son développement et de soutenir son dynamisme économique et culturel.

Parmi les enjeux de la gestion du site des Climats figure le tourisme, secteur dans lequel les retombées sont à anticiper dès aujourd'hui pour bénéficier des effets positifs sur le long-terme.

### Oenotourisme et patrimoine au premier plan

Le tourisme est une activité essentielle sur le site des Climats de Bourgogne. Sur ce territoire emblématique de la Bourgogne, aussi appelé «les Champs-Élysées de la Bourgogne», il contribue au développement économique et social de la destination. S'appuyant à la fois sur une offre en matière d'œnotourisme et de découverte du patrimoine des villes de Dijon et de Beaune, le tourisme sur le site des Climats est un enjeu à prendre en compte pour une candidature auprès de l'UNESCO.

### 10 à 30 % d'augmentation moyenne de la fréquentation touristique

Car qui dit inscription au Patrimoine mondial dit retombées économiques et touristiques, non négligeables pour un site candidat : hausse des flux touristiques entre 10 et 30 %, augmentation de l'attractivité territoriale ou encore développement de nouvelles offres adaptées à une nouvelle clientèle, plus internationale et intéressée par la culture et le patrimoine. Comme l'ont démontré les intervenants ayant participé à ces rencontres techniques, si l'inscription apporte indéniablement une meilleure visibilité au site et un plus grand nombre de touristes, les retombées économiques du classement ne sont pas automatiques et demandent à être préparées dès aujourd'hui par les acteurs locaux. Si «l'avant-inscription» suscite déjà la mobilisation sur le territoire, celle-ci ne doit pas faiblir après l'inscription, bien au contraire.



## Comment intégrer les enjeux du tourisme et de la médiation dans un dossier de candidature au Patrimoine mondial ?

Pour ce faire, l'élaboration d'un plan de gestion est une réponse appropriée et demandée par l'UNESCO.

### Qu'est-ce que le plan de gestion ?

Plus qu'un nouveau document réglementaire, le plan de gestion est une «feuille de route» des actions menées. Ce document, regardé de très près par l'UNESCO, est aujourd'hui la clé de la réussite d'un dossier d'inscription. Traduction concrète des axes définis par l'ensemble des acteurs concernés par une candidature au Patrimoine mondial, il est l'expression d'une ambition pour le territoire appropriée durablement par l'ensemble de ses acteurs. C'est ainsi un véritable projet fédérateur de valorisation.

Sur le site des Climats, le plan de gestion a été élaboré en fonction de facteurs définis en 2008 par les acteurs du territoire comme pouvant affecter le bien :

- > pressions dues au développement urbain, principalement l'étalement urbain ;
- > pression économique et développement des infrastructures ;
- > pratiques agricoles et viticoles entraînant des modifications sur l'environnement (ruissellements, érosion, usages de produits phytosanitaires, etc.) ;
- > développement touristique à maîtriser.

À partir de ce constat, l'Association des Climats a procédé, en 2009, à la mise en place de quatre commissions de gestion, répondant à ces enjeux et impliquant un représentant technicien de chacune des intercommunalités pour chacun des secteurs d'activités concernés. Il s'agit de réfléchir, sur chacun des sujets, aux implications directes sur le bien patrimonial et des solutions à imaginer pour en maîtriser les effets dans le cadre des exigences du Patrimoine mondial. Ces commissions de gestion font aujourd'hui partie de la gouvernance établie en 2013, avec les acteurs du territoire : la Mission Climats de Bourgogne.



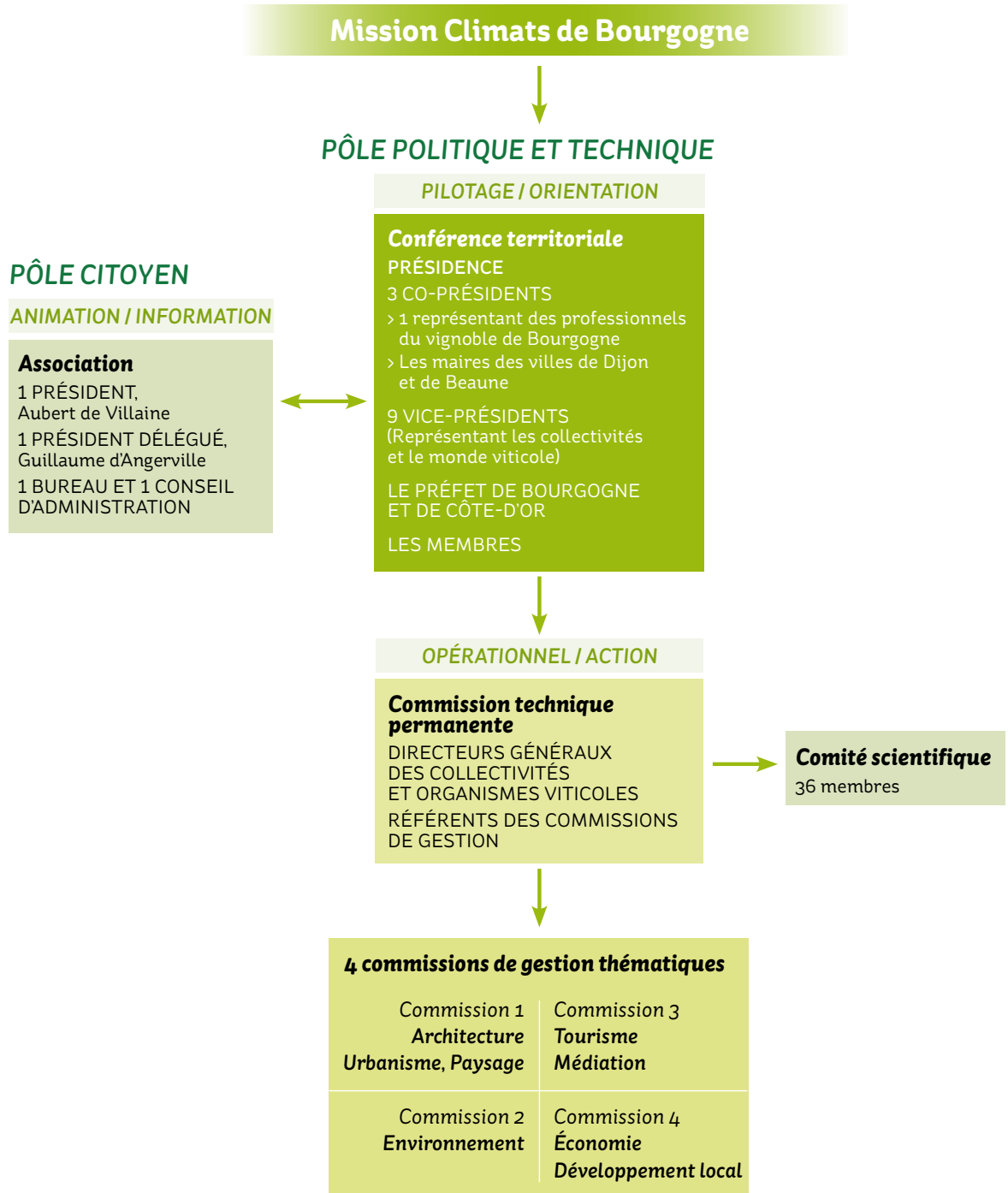
## Une organisation pour mettre en œuvre ce plan de gestion : la Mission Climats de Bourgogne

Pour conduire la gestion du territoire des Climats, une Mission a vu le jour en octobre 2013. Cet organe collectif de gestion s'articule autour de deux pôles complémentaires :

- Un pôle politique et technique regroupant la **Conférence territoriale**, instance décisionnaire de pilotage associant collectivités locales et représentants du monde vitivinicole, et une **Commission technique permanente** reposant sur quatre sous-commissions thématiques chargées de mettre en œuvre les actions découlant du plan de gestion ;
- Un **pôle citoyen** constitué par l'Association des Climats, qui assure principalement l'information et la mobilisation citoyenne à travers la mise en place d'un forum rassemblant les habitants du territoire et les garants politiques de la préservation du Bien.

Fait rare dans l'élaboration d'un dossier de candidature au Patrimoine mondial, cette gouvernance a été mise en place avant l'inscription des Climats à l'UNESCO, prévue en juillet 2015, témoignant ainsi de la volonté du territoire de gérer de manière exemplaire et concertée le site des Climats demain.

✚ Pour plus d'informations : [www.climats-bourgogne.com](http://www.climats-bourgogne.com)



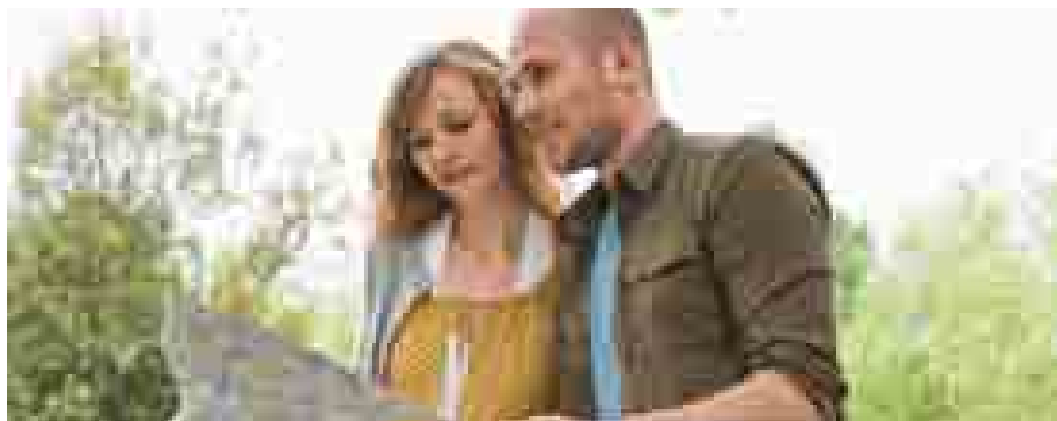


## Quels sont les défis et enjeux en matière de tourisme et de médiation sur le territoire des Climats ?

Une commission tourisme et médiation pour préparer le site des Climats aux retombées économiques et mieux faire comprendre la notion de « Climat »

L'inscription au Patrimoine mondial engendre une augmentation du nombre de touristes sur un site labellisé. Il est donc important de pouvoir identifier les points de vigilance et de développer des projets autour du tourisme et de la médiation de manière concertée et maîtrisée. Cette ambition à multiples facettes est confiée à l'une des quatre sous-commissions techniques précédemment évoquées, la Commission Tourisme et Médiation composée des collectivités et organismes suivants :

- Conseil Général de la Côte-d'Or - Référent de cette commission
- Conseil Régional de Bourgogne
- Comité Régional du Tourisme en Bourgogne
- Agence de Développement Touristique (ADT), Côte-d'Or Tourisme
- Chambre de Commerce et d'Industrie de Côte-d'Or
- Ville de Dijon et Grand Dijon
- Ville de Beaune et Communauté d'agglomération de Beaune, Côte & Sud
- Ville et Communauté de communes du Pays de Nuits-Saint-Georges
- Ville et Communauté de communes de Gevrey-Chambertin
- Pays Beaunois
- Offices de tourisme de Dijon, Nuits-Saint-Georges et Beaune
- Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB)
- Confédération des appellations et des vignerons de Bourgogne (CAVB)
- Fédération des négociants et des éleveurs de grande Bourgogne (FNEB)
- Agence Beaune Développement
- Syndicat mixte du SCOT du Dijonnais
- Direction départementale des territoires de la Côte d'Or (DDT)
- Direction régionale des Affaires Culturelles de Bourgogne (DRAC)



La réflexion de la Commission Tourisme et Médiation s'est structurée autour de deux enjeux majeurs, que cette dernière s'efforce de relever par la proposition et la mise en œuvre d'actions concrètes :

## ENJEU 1

*Favoriser un tourisme durable qui préserve  
et valorise les valeurs du territoire des Climats*

### OBJECTIF 1

PERMETTRE UNE MEILLEURE RÉPARTITION DES FLUX TOURISTIQUES  
SUR LE TERRITOIRE ET PAR SAISON, EN FAVORISANT LES DÉPLACEMENTS DOUX

### OBJECTIF 2

DÉVELOPPER UN ACCUEIL DE QUALITÉ SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE,  
TOUT EN PRÉSERVANT ET EN VALORISANT L'AUTHENTICITÉ DES CLIMATS

### OBJECTIF 3

IDENTIFIER ET PROMOUVOIR LE TERRITOIRE DES CLIMATS  
COMME UNE DESTINATION TOURISTIQUE A PART ENTIÈRE

## ENJEU 2

*Favoriser l'appropriation par tous des valeurs  
des Climats du vignoble de Bourgogne*

### OBJECTIF 1

FAVORISER LA CONNAISSANCE DES CLIMATS

### OBJECTIF 2

SUSCITER LA MOBILISATION ET L'IMPLICATION AUTOUR DES CLIMATS



## ENJEU 1

### Favoriser un tourisme durable qui préserve et valorise les valeurs du territoire des Climats

Le développement du tourisme doit s'inscrire dans une démarche durable et responsable... Mal géré, celui-ci peut devenir une réelle menace pour le patrimoine, d'autant plus lorsqu'il s'agit d'un bien culturel constitué d'un parcellaire précieux de vignes, et dégrader la qualité de l'expérience du visiteur.

Une inscription sur la Liste du Patrimoine mondial engendre souvent une augmentation de 10 à 30 % en moyenne de la fréquentation touristique. **Dans ce cadre, comment concilier développement et préservation du territoire ? Comment développer une « identité Climats » commune, partagée par tous sur un vaste territoire ?** Comment adapter l'offre touristique et particulièrement les infrastructures existantes à ces nouveaux touristes ?

Considérant le tourisme comme un allié de la préservation du patrimoine, et non comme une contrainte, il s'agit de conduire des réflexions et de promouvoir des produits touristiques de qualité, propres à encourager un comportement responsable de toutes les parties, professionnels, habitants et visiteurs.

#### OBJECTIF 1

#### PERMETTRE UNE MEILLEURE RÉPARTITION DES FLUX TOURISTIQUES SUR LE TERRITOIRE ET PAR SAISON, EN FAVORISANT LES DÉPLACEMENTS DOUX

Site exceptionnel de production et de découverte, le territoire des Climats de Bourgogne doit être prioritairement préservé. Face à l'augmentation prévisible de la fréquentation, il convient donc de canaliser les flux routiers, en cohérence avec les infrastructures existantes, et de réguler le nombre de visiteurs en fonction de la capacité d'accueil des sites touristiques. **Pour tenter de résoudre cette équation, la répartition des visiteurs dans l'espace et dans le temps est essentielle.**



### > Reporter les flux touristiques dans l'espace, sur l'ensemble du territoire des Climats

#### - Favoriser l'usage des transports en commun existants sur le territoire.

- Mutualisation des outils de communication: regroupement d'informations sur le tourisme et le transport en Bourgogne sur une même plateforme
- Mise en œuvre d'une politique tarifaire incitative: réductions en matière de transports et d'offre touristique

#### - Développer la complémentarité des transports (l'intermodalité)

- Couplage TER / vélo: projet de mise en réseau des loueurs de vélo
- Couplage voiture / Train-tram-vélo: mise en place de parking relais

#### - Développer l'accueil des cyclo-touristes

- Labellisation «Accueil vélo» en cours, pour les sites touristiques, hôtels...
- Développement des véloroutes

#### - Informer davantage les visiteurs sur la diversité de l'offre touristique, dès leur arrivée sur le territoire

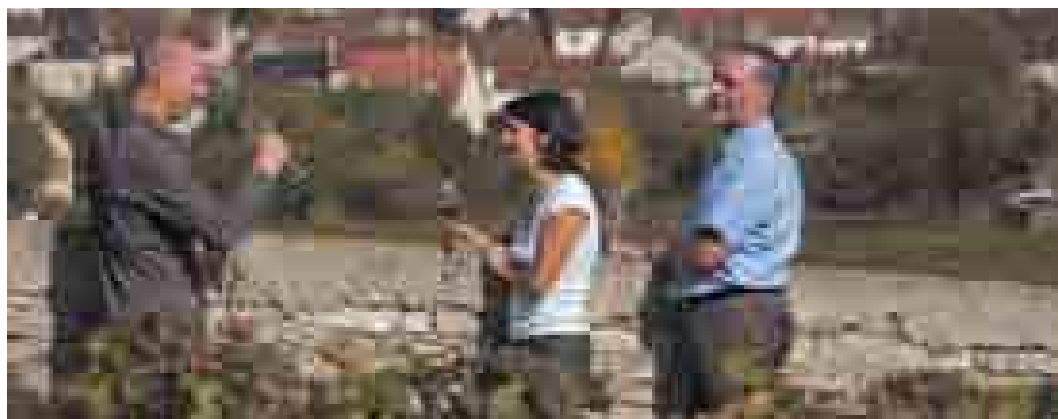
- Améliorer la signalétique en gare
  - Refonte des plans des gares, permettant une visualisation de l'ensemble des points d'intérêt et modes d'accès
  - Ajout dans le plan qualité de services de la SNCF de l'obligation pour les personnels de parler anglais

### > Reporter les flux touristiques dans le temps, d'une manière plus homogène tout au long de l'année

#### - Inciter les visiteurs à venir en période creuse (dans la journée, dans la semaine, dans l'année):

- Campagne de communication dédiée
- Politique tarifaire attractive
- Rationalisation de l'amplitude horaire d'accueil sur les sites

#### - Proposer un calendrier de manifestations diversifié et d'ampleur, tout au long de l'année



## OBJECTIF 2

### DÉVELOPPER UN ACCUEIL DE QUALITÉ SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE, TOUT EN PRÉSERVANT ET EN VALORISANT L'AUTHENTICITÉ DES CLIMATS

Il existe déjà sur le territoire des labels et des démarches garantissant un accueil de qualité. Les acteurs y participant ne constituent pas encore la majorité et ne sont pas forcément répartis uniformément sur le territoire. L'enjeu est de généraliser leur utilisation afin de proposer un accueil touristique à la hauteur d'un site inscrit au Patrimoine mondial et homogène.

#### ➤ Valoriser les actions favorisant un meilleur accueil

- Rendre le site accessible à tous : promotion du label « tourisme et handicap »
- Favoriser et généraliser la recherche de qualification des projets par la mise en place de labels : promotion du label « Vignobles et découvertes » (national) et de la charte « de vignes en caves » (régional), développant l'accueil de qualité chez les vignerons
- Faciliter l'orientation des visiteurs vers des professionnels « certifiés », par la promotion du label « qualité tourisme » (national) et par la mise en réseau sectorielle des professionnels pour une meilleure visibilité

#### ➤ Encourager et promouvoir les projets préservant la valeur paysagère des Climats

- Restauration du petit patrimoine bâti
  - Mise en place d'un dispositif permettant de financer la restauration du petit patrimoine sur le territoire des Climats
  - Actions en matière de restauration du patrimoine non protégé
  - Actions de préservation et de valorisation du patrimoine rural, avec l'attribution de financements européens (FEADER)
  - Formation du personnel des collectivités locales à l'entretien et la réhabilitation du petit patrimoine
- Valorisation du cadre de vie
  - Réflexion pour une extension des sites classés et inscrits
  - Mise en place d'outils adaptés en matière d'urbanisme et de préservation du paysage et des monuments
  - Dépose des panneaux viticoles aux entrées de villages et leur valorisation comme témoignages dans les musées
  - Promotion de labels de valorisation paysagère



### OBJECTIF 3

#### IDENTIFIER ET PROMOUVOIR LE TERRITOIRE DES CLIMATS COMME UNE DESTINATION TOURISTIQUE A PART ENTÈRE

Actuellement, la découverte à proprement parler des Climats ne correspond à aucune offre touristique établie. Elle suppose la visite de sites distincts répartis sur 50 km de territoire, qui ne sont pas identifiés clairement comme liés aux « Climats ». Il convient donc de structurer et de proposer une offre touristique centrée sur les Climats, simple, cohérente et complémentaire avec l'offre touristique actuelle.

##### ➤ Identifier les lieux associés aux Climats

- Inventorier les sites liés à l'histoire et à la construction des Climats de Bourgogne
- Communiquer sur ces lieux pour aider le touriste dans sa visite et rendre accessible ces données

##### ➤ Proposer un discours et une communication cohérents sur les différents lieux identifiés

- Favoriser l'appropriation d'une charte graphique « Climats » et des outils de communication concertés
- Rédiger et diffuser des éléments de langage sur les « Climats » à tous les partenaires locaux : projet de thesaurus et projet d'élaboration d'un plan de formation pour les professionnels

##### ➤ Faciliter la découverte des Climats par la visite :

- Créer des parcours de découverte (thématiques, à pied, à vélo, par village, avec smartphone...)
- Favoriser un tourisme original, destiné à la fois aux touristes et aux habitants du territoire

##### ➤ Développer et conforter la mise en réseau des professionnels au niveau local

- Inciter l'ensemble des partenaires du territoire des Climats à travailler en réseau
- Projet de panneaux identifiant les Climats (parcelles viticoles) sur site
- Mutualisation des outils de géo-localisation
- Intégrer des labels régionaux ou nationaux développant l'œnotourisme sur la Côte Viticole
  - Charte « de vignes en caves » (régional)
  - Label « vignobles et découvertes » (national)

##### ➤ Susciter des coopérations et des échanges à l'échelle régionale et internationale

- S'insérer dans le réseau VITOUR, réseau des sites viticoles du Patrimoine mondial
- Développer des échanges avec les sites bourguignons inscrits au Patrimoine mondial (Vézelay, Fontenay...) pour créer une dynamique, notamment par la création de pass
- Développer des échanges internationaux avec des sites présentant des similitudes culturelles en matière de terroir : coopération avec la Chine, la Nouvelle-Zélande et l'Afrique du Sud



## ENJEU 2

# Favoriser l'appropriation par tous des valeurs des Climats du vignoble de Bourgogne

La question de l'interprétation du patrimoine, qui fait partie intégrante du tourisme, est fondamentale. Il faut transmettre en proposant une expérience de qualité...

La notion de « Climat », souvent connue du seul monde viticole, est cependant complexe et nécessite d'être explicitée par un travail de médiation. **Il s'agit de sensibiliser, de permettre l'appropriation, d'informer, tant sur ce terme que sur la démarche d'inscription au Patrimoine mondial.** L'effort est à conduire auprès de différents types de publics : jeune public scolaire ou périscolaire, habitants et visiteurs extérieurs, élus et acteurs locaux professionnels ou associatifs... tous concernés !

### OBJECTIF 1

#### FAVORISER LA CONNAISSANCE DES CLIMATS

##### > Sensibiliser le jeune public aux valeurs des Climats

##### - Favoriser et accompagner les animations à l'école, par un contenu adapté au programme scolaire.

- Rédaction d'un discours pédagogique, en adaptant le contenu scientifique du dossier des Climats
- Édition de livrets pédagogiques pour le niveau primaire et secondaire
- Création d'une mallette pédagogique des Climats

##### - Favoriser et accompagner les animations dans les structures culturelles et périscolaires

- Ateliers pédagogiques sur les Climats dans les musées
- Actions dans les accueils et centres de loisirs de la zone des Climats
- Projet de brochure de valorisation de l'ensemble des initiatives sur l'ensemble du territoire

##### - Sensibiliser directement les enfants aux valeurs des Climats (édition de livrets et de jeux, stands d'animation jeune public)



➤ **Partager la connaissance avec les publics adultes, habitants ou visiteurs**

- **Vulgariser le fond scientifique lié aux Climats**

- Ouvrage et colloque de restitution des contributions du comité scientifique de la candidature sur les Climats
- Ouvrage grand public sur l'histoire et la construction des Climats

- **Élargir l'offre de médiation en s'intégrant dans la programmation des structures partenaires du territoire (expositions, cycles de conférences, participation à des événements...)**

➤ **Favoriser la mise en réseau des sites de découverte des Climats**

- **Insertion du discours sur les Climats dans les lieux de médiation et portes d'entrée du territoire (Cité de la gastronomie et Cité des Vins de Bourgogne)**
- **Réflexion autour d'un centre d'interprétation des Climats**



## OBJECTIF 2

### SUSCITER LA MOBILISATION ET L'IMPLICATION AUTOUR DES CLIMATS

#### > Mettre en place des temps forts de mobilisation

- Organiser des événements fédérateurs (Exposition photographique, Marche des Climats, Semaine des Climats, Climats on the Roc)
- Mettre en place une campagne de soutien (outils de communication, campagne de soutien...)

#### > Développer l'appartenance territoriale

- Sensibiliser le grand public lors d'événements locaux, régionaux et nationaux
  - Présence de stands d'information à des événements nationaux, régionaux et locaux
- Créer un réseau d'Ambassadeurs pour faire connaître les valeurs du site des Climats (habitants du territoire, médias, institutions partenaires, entreprises...)

#### > Associer le monde économique à la démarche

- Mettre en place une campagne de mécénat
  - Structuration d'une offre de mécénat
- Sensibiliser et former les professionnels du tourisme et de la viticulture aux Climats
  - Présentation et sensibilisation aux hôteliers et saisonniers touristiques Interventions et partenariats avec des étudiants de la filière viti-vinicole
  - Projet de formation auprès des professionnels (sur la démarche de candidature et sur l'histoire des Climats)
  - Relais par les partenaires dans les formations dispensées par leurs soins

#### > Sensibiliser les acteurs locaux aux enjeux de gestion

- Créer des espaces d'échange et d'information autour des enjeux en termes d'économie, d'aménagement du territoire et de développement durable
  - Participation à la semaine du développement durable
  - Création des rencontres techniques des Climats
  - Participation à des colloques et forum thématiques
  - Projet de création de « cafés citoyens UNESCO »
- Proposer des outils pour faciliter les bonnes pratiques
  - Sensibilisation des élus aux outils de gestion adaptés pour préserver leur territoire Encouragement à la mutualisation et aux partages de données (plate-forme d'échanges)
  - Projet de création d'un guide pratique de mise en œuvre du plan de gestion, à destination des élus des collectivités et des syndicats viticoles



# Remerciements



L'Association des Climats du vignoble de Bourgogne tient à remercier  
ses partenaires pour leur précieux soutien depuis plusieurs années :



Merci également à tous les mécènes qui soutiennent les Climats !

## GRANDS MÉCÈNES FONDATEURS



## GRANDS MÉCÈNES



## MÉCÈNES GRAND CRU

/ Domaine de l'Arlet / Domaine Guy Roulot / Grand Vin Pte Ltd / Martel Ag St Gallen / Peter Maude Fine Wines /

## MÉCÈNES 1<sup>ER</sup> CRU

/ Alabeurthe Matériel Viti Vini / Association des restaurateurs indépendants du Pays Beaunois / Association du club des Chefs d'Entreprises de la Côte /  
Athenaeum de la Vigne et du Vin / Audit Gestion Conseil / AVS Communication / Chanson Père et Fils / Château de Puligny-Montrachet / Club Hôtelières Dijon Bourgogne /  
Conseil Régional de l'Ordre des Experts-Comptables de Bourgogne Franche-Comté / Corton André / Darchitectura / Domaine Antonin Guyon /  
Domaine Clos de la Chapelle / Domaine de l'Oiseau / Domaine de Montille / Domaine des Perdrix / Domaine Dujac / Domaine Georges Roumier /  
Domaine Jacques-Frédéric Mugnier / Domaine Michel Gros / Domaine Rossignol-Trapet / Domaines et Châteaux de Bourgogne réunis / Domaines Picard /  
Du soleil dans ma maison - Arts de la table / GDF Suez / Goedhuis & Co Fine Wine Merchants / Hôtels Bourgogne Qualité Groupe Central Hôtel /  
Hôtel Kyriad - Beaune / Hôtel Le Montrachet / Hôtel Philippe Le Bon - Restaurant Les Cénophiles / Info Saveurs éditions / Intermarché d'Auxonne - Société Laucel /  
Le Vin en direct / Les Pierres Bourguignonnes / Maîtres Gacon-Cartier et Camuset / Millésimes à la carte / Morandell International Ges.m.b.H. Wörgl - Tirol /  
Mulot et Petitjean / My Little Vini / Olivier Leflaive Frères / Optic 2000 Padiou / Ordre des avocats de Dijon / Pépinières Guillaume / Proteor /  
Restaurant Les Climats / Rocamat Pierres Naturelles / Roger Martin / Rose Tramé / Scoliosis Research Society / SCP Jouffroy-Bertrand-Bonnotte Notaires /  
Screg Est / SETP Carrières de Comblanchien / Société des Carrières de Bourgogne / Structural / Tonnellerie Cavin / Tonnellerie François Frères /  
Tonnellerie Seguin-Moreau / Urgo Santé / Vinexport Vins Fins - Mouchonnat / Vinunic Ab / Wall Street Institute / Wilson Daniels /

## AMBASSADEURS

/ Bourgogne Tourisme / Côte-d'Or Tourisme / Club hôtelier de Beaune / Offices de Tourisme de Beaune Côte et Sud, Dijon et Pays de Nuits-Saint-Georges /  
CASDEN / Club des restaurateurs de Dijon - club culinaire Côte-d'Or / Confrérie des Chevaliers du Tastevin / Dijon Je T'Aime / Ferme Fruirouge /  
Foire Gastronomique - Congrexpo / Hospices civils de Beaune / Ikea Dijon / Lyonnaise des Eaux / Union des Commerçants Beaunois /

---

*Cette deuxième édition des Rencontres Techniques des Climats de Bourgogne  
n'aurait pas été possible sans le concours des membres  
de la commission tourisme et médiation, acteurs essentiels dans le développement  
touristique et culturel de notre région, et en particulier du territoire des Climats.  
Un grand merci à eux pour leur soutien depuis près de 5 années.*



---

**Crédits:** Armelle / Bourgogne Live Prod / BIVB / Côte-d'Or Tourisme ©F. Bonnard /  
Côte-d'Or Tourisme ©R. Krebel / David Darrault (Mission Val de Loire) /  
Hubert-Bouvet ©Région Nord Pas-de-Calais Inventaire-general / Hendrick Monnier /  
Jean-Louis Bernuy / Julien Dromas / Lavaux Patrimoine mondial / Michel Joly /  
Pierre Béhar-Balloïde et Christophe Bouthé / Séverine Chupin / Ville de Dijon.

**Conception:** Médiacité

**Rédaction:** sous la direction de l'association des Climats du vignoble de Bourgogne



[illegible]

---

**TOURISME & PATRIMOINE MONDIAL**  
DES CLÉS POUR UNE RÉUSSITE DURABLE

---

# Rencontres techniques #2

## des Climats de Bourgogne



Les Climats  
du vignoble  
de Bourgogne

---

ASSOCIATION

12, boulevard Bretonnière 21200 Beaune  
Tél. : 03 80 20 10 40 / [contact@climats-bourgogne.com](mailto:contact@climats-bourgogne.com)  
[www.climats-bourgogne.com](http://www.climats-bourgogne.com)