



Programme d'éducation
et de formation
tout au long de la vie

Le projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne. Cette publication n'engage que son auteur et la Commission n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y sont contenues.



Grundtvig partenariat « Rural Heritage Promoter »

Livret des bonnes pratiques

en termes de mobilisation/sensibilisation des citoyens
à un rôle actif de réappropriation du territoire et
de valorisation des ressources patrimoniales



**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

Sommaire

Sommaire	3
Introduction.....	5
Bonnes Pratiques de nos pays européens.....	7
France (Corse) : Concept Sentiers du Patrimoine.....	7
France : Animation sentiers du patrimoine.....	10
France : PETRA PATRIMONIA.....	14
France : Valorisation du patrimoine	17
Belgique : « Verviers & Moi »	20
Allemagne : « Tout a commencé dans la forêt bavaroise ».....	23
Slovaquie : Rénovation et conservation du patrimoine	26
Espagne : Plan de Diffusion au site archéologique - Cerro (Colline) de las Cabezas	29
Espagne : Plan de Diffusion au Musée Municipal.....	35
Italie : Balcon- belvédère : le “saut de Ventimiglia”	41
Portugal : Interprètes de l’Arouca Geopark.....	43
Portugal : Concours « Le meilleur pain fait à la maison ».....	45
Scotland : Restauration du paysage de Cally.....	47
Pologne : «Sur les traces du passé de la commune de Podedwórze. Monographie historique. ».....	50
Résumé.....	53

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

Introduction

De nombreux territoires européens, en particulier ruraux, se sont investis dans la mise en œuvre de projets de restauration et de valorisation du patrimoine. Ces projets sont des axes forts de développement que la Commission européenne soutient au travers de programmes tels que LEADER.

Cependant, la population locale est peu associée au développement et à la pérennisation de ces projets. Elle est souvent laissée hors du champ de l'animation, des actions de gestion et valorisation de ce patrimoine, alors qu'elle constitue un ferment dynamisant de son territoire.

Il apparaît aujourd'hui essentiel d'associer les associations mais aussi les citoyens, dès l'amont des projets, et dans la durée des actions, à cette démarche de valorisation des richesses patrimoniales, de réappropriation du territoire (dans sa dimension culturelle, historique, architecturale, environnementale...), afin qu'ils soient de véritables acteurs de la revitalisation de leur patrimoine, porteurs de l'identité de leur territoire.

Le projet Rural Heritage Promoter a pour ambition de contribuer à replacer les citoyens du monde rural au cœur des projets de mise en valeur du patrimoine. Il s'attachera au développement d'une mise en synergie des acteurs, d'une dynamique partenariale du "faire-ensemble" et de la co-construction d'actions locales sur un territoire, intégrant les populations (jeunes, demandeurs d'emploi, seniors). Il proposera des actions d'accompagnement vers la réappropriation de leur patrimoine, des actions d'éducation et de formation à la valorisation et à l'animation du territoire, afin qu'ils prennent part durablement au développement partagé de leur territoire. Le projet permettra la création d'un cadre d'échanges européen et la diffusion de bonnes pratiques locales.

L'objectif de ce livret des bonnes pratiques est de présenter et de diffuser dans un cadre européen des bonnes pratiques locales en termes de mobilisation et sensibilisation des citoyens à un rôle actif de réappropriation du territoire et de valorisation des ressources patrimoniales. Les partenaires du projet encouragent les lecteurs à profiter de ces bonnes pratiques, qui sont déjà mises en place avec succès dans quelques régions en Europe.

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

Bonnes Pratiques de nos pays européens

France (Corse) : Concept Sentiers du Patrimoine

Intitulé de la bonne pratique :
Concept Sentiers du Patrimoine



Institution et / ou personne :

Office de l'Environnement de la Corse

Contact :

Nom : Charles Antoine Pasqualini

Adresse : O.E.C.

Avenue Jean Nicoli

20250 Corte

Tél : 04 95 45 04 00

Courriel : info@oec.fr

Résumé de la pratique :

Les « sentiers du patrimoine » relèvent de la valorisation du patrimoine vernaculaire en tant qu'élément d'offre destiné à la population en général, et à la population touristique en particulier. Ce concept est pleinement partagé entre résidents et touristes.

Par ailleurs, il est porteur de dynamiques en termes de développement local, par la ré acquisition de savoirs-faires et la création d'une valeur ajoutée au sein d'entités territoriales qui cherchent toutes à s'inscrire dans des stratégies de sauvegarde, de transmission et de mise en tourisme de leur patrimoine jusque-là négligé.

Ces promenades parcourant des entités villageoises et la campagne environnante doivent être riches d'éléments de patrimoine traditionnel : édifices en pierres sèches constitutifs de l'aménagement traditionnel des voies de communication rurales, éléments de patrimoine non protégés (four, fontaines, lavoirs...), sites symboliques de faits historiques, religieux, profanes ainsi que de tout ce qui permet de véhiculer l'esprit des lieux et l'art de vivre sur un territoire.

Cette approche nécessite un traitement des lieux extrêmement qualitatif afin que le visiteur en retire une satisfaction garantissant la pérennité du dispositif en lui assurant un succès par une fréquentation induisant des retombées économiques locales.

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

La mise en œuvre du concept de « Sentiers du patrimoine » se déploie de la façon suivante :

- Développement local : élaboration des bases de données territoriales,
- Tourisme : définition des circuits « sentiers du patrimoine »,
- Patrimoine et formations : recensement du patrimoine, évaluation des coûts et des modalités de restauration.

Les phases opérationnelles, conçues en concertation avec l'ensemble des experts, sont les suivantes :

- Élaboration du programme opérationnel et présentation aux acteurs du territoire pour validation
- Élaboration du plan stratégique patrimoine, définition des équipements pour la mise en œuvre en tourisme
- Suivi de la mise en œuvre du programme opérationnel
- Dimension communicationnelle : création d'un outil multimédia et de supports de communication à destination du grand public.

Les sentiers réalisés, dans le cadre de la charte « sentiers du patrimoine », sont localisés à : Lama, Lumio, Luri, Penta di Casinca, San Petru di Venaco, Serra di Scopamena, Sorio di Tenda, Veru.

Contexte de sa mise en œuvre :

Les « sentiers du patrimoine » s'inscrivent dans un contexte de valorisation du patrimoine vernaculaire pour en faire un élément d'offre destiné à la population en général et à la population touristique en particulier. À ce titre ils s'inscrivent dans l'axe 3 du FEADER (Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural) consacré à la valorisation du patrimoine à l'échelle du territoire.

Concernant le contexte de mise en œuvre par l'O.E.C., en termes d'évaluation, de validation et de financement: l'Office de l'Environnement de la Corse mobilise des financements pour les travaux, la signalétique et la maîtrise d'œuvre dans l'axe 3 du FEADER portant sur la valorisation du patrimoine à l'échelle des territoires ruraux.

Pour ce faire, il a missionné sur ses fonds propres une équipe pluridisciplinaire composée d'experts en Tourisme, Patrimoine, Formation, communication et Développement Local, afin de mettre en œuvre le concept dans toutes ses dimensions ; cette mission comprenant une validation préalable, l'étude, le suivi, l'animation, jusqu'à la conception et le suivi de réalisation des signalétiques officiels « sentiers du patrimoine » (selon une charte stricte).

Public cible :

- Population/ habitants du territoire
- Acteurs territoriaux, locaux
- Public scolaire / jeune
- Communes et communauté de communes
- Acteurs économiques intervenant dans le domaine de l'environnement, de l'artisanat, de l'agriculture ou du tourisme

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

<p><u>Objectif de la démarche :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Donner à voir et à comprendre ce qui, jusque-là, était inaccessible, soit physiquement, soit en terme de compréhension, voire même parfois les deux. - Offrir des parcours qui sont des promenades de découverte décrivant des boucles courtes et faciles à cheminer. - Unir, structurer, harmoniser et mettre en cohérence les efforts des communes souhaitant valoriser et faire découvrir leur patrimoine, pour animer et faire vivre des lieux autour desquels n'existaient que des initiatives isolées de ces communes. - Encourager la création et le développement d'activités économiques dans le domaine de l'environnement, de l'artisanat, de l'agriculture ou du tourisme - Vivifier et dynamiser la « Corse de l'intérieur » 	<p><u>Résultats :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Une identification immédiate "Sentier du Patrimoine" par le public - Une assurance de qualité du circuit proposé, l'envie d'en visiter un autre - Une fréquentation significative des sentiers du patrimoine (population locale et visiteurs) - Une réappropriation, par la population locale, de lieux et d'espaces, en lien direct avec la vie du territoire ; une appropriation/réappropriation du sens du lien entre « lieu » et « population » - Une découverte, par les visiteurs, d'espaces peu médiatisés jusqu'alors - Des actions de formation tout publique - Des visites guidées - La création et le développement d'activités économiques dans le domaine de l'environnement, de l'artisanat, de l'agriculture ou du tourisme - La revivification des microrégions de l'intérieur de l'île, jusqu'alors souvent délaissées au profit des plages et de la plaine - La réouverture d'espaces et d'emprises que la nature avait fermées - Une bonne visibilité et lisibilité du patrimoine à travers un ensemble d'actions pédagogiques et communicationnelles. - Édition d'une documentation dédiée
<p><u>Perspective d'usage et dissémination :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place d'actions de sensibilisation et de communication autour du concept de « Sentiers du patrimoine », auprès de tous les acteurs susceptibles d'utiliser les « Sentiers du Patrimoine » : organisation de visites guidées sur le sentier comme, accueil de scolaires, organisation de journées d'information et e sensibilisation, édition de documents de communication, réalisation d'outils interactifs. - Création et développement d'un réseau régional. 	<p><u>Actions liées :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Actions de diffusion-promotion du sentier du patrimoine - Emploi de la langue corse pour ces différentes actions (visites guidées en corse pour les locaux, édition de documents bilingues, par exemple) - Actions de formation en matière de protection de l'environnement et de techniques de restauration respectueuses du bâti traditionnel, à destination des personnels des entreprises, des employés communaux, des artisans, des agriculteurs, des personnes en réinsertion, des femmes et de tout autre public.

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

France : Animation sentiers du patrimoine

Intitulé de la bonne pratique :
 Animation sentiers du patrimoine



Institution et / ou personne :
 Coop Eco Patrimoine

Contact :
Nom : Dogaru Ramona/Catherine Torterat
Adresse : Palais Brogniard, Paris
Courriel : coopecopatrimoine@gmail.com

Résumé de la pratique :

Cette pratique s'appuie sur une expertise « sentiers du patrimoine » (sentiers de découverte tournés vers la montagne) mise en place par une coopérative de développement d'emploi, qui intervient sur la problématique de gestion, d'animation et de restauration du patrimoine, dans le cadre de la politique de gestion du patrimoine et la mise en œuvre du programme pluriannuel de création des « sentiers du Patrimoine » par l'Office de l'Environnement de la Corse.

Elle collabore ainsi à des actions expérimentales dont l'objet est la sensibilisation, l'animation, la recherche et la modélisation d'outils pour la valorisation du patrimoine bâti et paysager des territoires. Elle participe à des projets d'animation et de formation visant à interagir avec les populations et les visiteurs, à générer des retombées significatives en termes de développement d'activités et d'actions.

C'est ainsi qu'ont été mises en place, à l'initiative de l'Office de l'Environnement de la Corse, dans le cadre du projet LAB NET + (programme « Maritime » 2007-2013), les « Rencontres autour du Patrimoine vivant » (2011/2012), qui ont pour point de départ le patrimoine, envisagé non pas sous un angle passéiste, mais dans une approche vivante, dynamique, en lien avec le quotidien et les projets des habitants d'un territoire, en tant que « champ d'expériences », de réappropriation de la mémoire, de projection vers l'avenir.

En effet, nos villages, nos sentiers, nos paysages nous parlent de nous. Ils gardent l'empreinte d'une communauté, abritent la mémoire collective. Ils portent l'identité de notre territoire. Ils sont notre héritage et nos lieux de vie.

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

Contexte de sa mise en œuvre :

Ces actions et cette bonne pratique s'inscrivent dans le cadre du projet LAB NET +, porté par l'Office de l'Environnement de la Corse, au sein du programme « Maritime » 2007-2013, programme de coopération transfrontalière Corse – Sardaigne - Toscane - Ligurie.

Dans le cadre de ce projet, L'OEC a été chargé de la mise en place de chantiers expérimentaux d'animation et de formation sur 5 territoires de la Corse (Alta Rocca – Serra di Scopamena, Balagne- Lama, Casinca-Penta di Casinca, Haute-Gravona- Vero, Nebbiu- Sorio). C'est au sein de ce dispositif qu'ont été conçues et mises en place les « Rencontres autour du Patrimoine vivant, en 2011/2012.

Le patrimoine est tout à la fois un sujet d'étude et un terrain concret d'expérimentation.

D'avantage que l'histoire, celle enseignée notamment par les livres, le patrimoine réintroduit l'individu dans la mémoire collective, parce qu'il appartient à son quotidien familial. Son histoire peut recouper celle de sa famille, le patrimoine alors n'est pas seulement un regard vers le passé, il devient un vaste champ d'expériences qui s'ouvre sur une multitude de sujets variés : architecture, archéologie, légendes, savoir-faire...

En proposant une approche sensorielle vivante, cette pratique permet d'y ajouter une autre composante essentielle : l'acte, celui qui accompagne la réflexion et engage l'individu dans le projet.

D'hier à aujourd'hui, quel regard portons-nous sur nos lieux, notre patrimoine ? Comment « vivons-nous » et comment « faisons-nous vivre » notre territoire ? Qu'a-t-il à nous apprendre et qu'avons-nous à lui apporter ? C'est dans ce contexte de réflexion que se positionne cette action d'animation des sentiers du patrimoine.

Public cible :

- Acteurs territoriaux, locaux
- Population/ habitants du territoire
- Acteurs associés, en lien avec l'animation des sentiers du patrimoine :
 - Agriculteurs, arboriculteurs, sylviculteurs, experts des savoir-faire anciens dans tous les domaines liés à la valorisation des sentiers
 - Associations, notamment associations culturelles, associations liées à l'histoire de la région/ du territoire, à la valorisation des patrimoines d'un territoire...
 - Centres de formation
 - Autorités publiques locales
 - Structures de développement local

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

Objectif de la démarche :

Une co-construction des programmes d'animation avec les acteurs locaux

Il s'agit de mobiliser les élus, les associations, les compétences locales, les habitants afin de réunir les meilleures conditions d'un diagnostic partagé du territoire à animer.

- Etablissement d'un diagnostic de territoire, partagé par l'ensemble des acteurs locaux à partir de leurs attentes et perceptions
- Elaboration d'un programme d'animation
- Edition de supports de communication
- La mise en place de programmes d'animation dynamique
-

Il s'agit d'impulser une dynamique locale en permettant à un large public de *voir, savoir, comprendre* et *prendre part*, afin de donner au projet toute sa dimension culturelle et sociale.

L'objectif recherché : sensibiliser les habitants, assurer la diffusion et la communication sur le patrimoine (sentiers du patrimoine), favoriser le développement d'activités éducatives et culturelles, qui puissent être pérennes, et initier la création d'activités socio-économiques sur les territoires.

Il est essentiel de prendre en compte les spécificités, les caractéristiques et les attentes territoriales.

Résultats :

- Participation des publics ciblés aux actions d'animation (sous la forme d'ateliers).
- Manifestation et animations prenant appui sur des actions de sensibilisation et de formations théoriques et pratiques.
- Réappropriation par les habitants de savoir-faire anciens et de techniques liées à l'identité du territoire, au patrimoine local, dans toutes ses composantes, à travers les activités proposées (actions de sensibilisation et de formation, temps conviviaux...) aux différents publics :
 - élus et professionnels
 - gestionnaires de sites (journées de formation aux techniques d'entretien et de restauration)
 - habitants (sensibilisation, initiation)
 - publics scolaires et jeunes (éducation, initiation)
- Dynamisation du territoire, s'inscrivant dans une pratique renouvelée du « Faire ensemble »

Perspective d'usage et dissémination :

Accompagner le partenariat local dans le « Faire ensemble », c'est-à-dire dans sa capacité à construire collectivement un programme d'animation (manifestations et formations) et à mobiliser conjointement des moyens pour développer des activités.

Faire du territoire un laboratoire, un lieu d'apprentissage et de diffusion de la connaissance vivante du patrimoine, à travers les sentiers du patrimoine, un « champ d'expériences », de réappropriation de la mémoire, de projection vers l'avenir.

Actions liées :

Retenu dans le cadre du projet LAB.net plus, l'Office de l'Environnement de la Corse a été chargé de la mise en place de « chantiers expérimentaux d'animations et de formations » sur 5 territoires de la Région CORSE, sur les thèmes du patrimoine bâti et des paysages, en direction des habitants de ces territoires. Pour ce faire, il s'est adjoint les compétences de Coop Eco Patrimoine, prestataire missionné pour l'appuyer dans la mise en œuvre des actions de sensibilisation, animation, recherche et modélisation d'outils pour la valorisation du patrimoine bâti et paysager des territoires.

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Réappropriation et réutilisation concrète des techniques dans la vie quotidienne des habitants, sur leur territoire : greffage d'arbres, construction de murs en pierres sèche, utilisation de plantes aromatiques dans les pratiques culinaires, clôturage et barrière à l'ancienne, maniement d'outils et savoir-faire anciens...

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

France : PETRA PATRIMONIA

Intitulé de la bonne pratique :
 PETRA PATRIMONIA



Institution et / ou personne :

**Coopérative d'activités et d'emplois Petra
 Patrimonia**

Contact :

Nom : Marie-Louise CLÉMENT

Adresse : Lieu-dit Lugo

202131 VENACO

Tél : 04 95 31 59 52

courriel : petra.patrimonia@gmail.com

Résumé de la pratique :

La création d'une coopérative pour le développement de l'emploi dans les métiers de l'éco-construction, restauration/valorisation du patrimoine a permis de doter le territoire d'une structure dans le champ de l'économie sociale et solidaire. Cette structure a pour objectif de développer des projets globaux d'éco-construction et de restauration/valorisation du patrimoine et garantissant l'accessibilité de ces nouveaux métiers à des publics de bas niveau de qualification, en insertion et notamment aux femmes par la mise en place d'une phase test d'activité.

La mise en place de cette coopérative d'activité dans le secteur de l'éco-construction/restauration/valorisation du patrimoine bâti a permis :

- de favoriser le développement du « bâtiment durable » (à impact neutre sur l'environnement puis énergie positive)
- une rénovation du bâti existant pour améliorer l'impact environnemental (consommation d'énergie en particulier) ;
- l'Intégration dans les constructions neuves des nouvelles normes (qui deviendront progressivement obligatoires)
- de promouvoir les labels, normes (HQE et autres...).
- d'accompagner les entreprises de la filière à s'adapter face aux mutations du secteur (aux nouvelles techniques, formation du personnel, structuration de la filière,...) ;
- de valoriser les savoirs-faires locaux.

La coopérative pour le développement de l'emploi dans les métiers de l'éco-construction, restauration/valorisation du patrimoine s'organise autour de quatre départements :

- Le département Phase Test d'activité durant lequel deux parcours sont possibles : dans le cadre d'un contrat sécurisé ou comme entrepreneur salarié.
- Le département prestations de services
- Le département innovation expérimentation

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

Il s'agit :

- de réaliser des tests d'activité pour tous porteurs de projets dans le champ de l'éco construction restauration/valorisation du patrimoine bâti,
- de développer une nouvelle forme d'emploi local dans le secteur de l'éco construction restauration/valorisation du patrimoine bâti,
- de mettre en place, à travers le département innovation/expérimentation, un centre de ressource, véritable laboratoire des pratiques entrepreneuriales et pôle d'excellence développement durable, visant à organiser l'ingénierie, le développement, l'expérimentation, la capitalisation et la diffusion de l'information, à offrir des formations en matière d'éco-construction et de restauration/valorisation du patrimoine.
- de favoriser la mise en synergie des savoirs et des métiers permettant une meilleure adaptation aux évolutions du marché
- de favoriser l'insertion des publics en difficulté
- de contribuer à la professionnalisation du secteur : formation, tutorat, réunions collectives...
- de proposer un modèle économique qui donne un sens à la capitalisation et à la mutualisation d'expérience, et participe à la pérennité à la structure
- d'effectuer une hybridation des ressources (publiques / privées ; marchandes / non marchandes)
- de permettre aux entrepreneurs à l'essai de s'engager dans une démarche volontaire visant à prendre en compte dans leur projet, les enjeux du développement durable (production d'un bilan sociétal détaillant l'impact économique, social et environnemental de leur entreprise).

Contexte de sa mise en œuvre :

Le secteur de l'éco-construction, de la restauration/valorisation du patrimoine et toute la filière de la construction sont particulièrement concernés par le développement durable par leurs impacts sur l'environnement :

- par l'utilisation de beaucoup de matières premières, matériaux de construction, la production de déchets, le rejet de polluants dans l'air et l'eau ;
- les impacts indirects sur l'environnement des structures bâties principalement par les besoins énergétiques (pour le chauffage, l'eau chaude, la climatisation...), les émissions de gaz à effet de serre, la consommation d'espace...

L'analyse des données économiques et sociales relatives au territoire recueillies a permis de mettre en évidence une série de besoins en matière de restauration/valorisation du patrimoine bâti et d'éco-construction, et par là même des potentialités de développement inhérents à la mise en œuvre d'une coopérative dédiée à ce type d'activités.

Public cible :

- les personnes désireuses de s'orienter professionnellement vers les métiers liés à la restauration, la valorisation du patrimoine bâti et paysager ainsi que ceux liés à l'éco-construction (porteurs de projets, Femmes en retour vers l'emploi, demandeurs d'emploi, jeunes),
- Les chefs d'entreprise et auto entrepreneurs du secteur en difficulté qui ont besoin d'une alternative
- les entreprises du secteur qui doivent faire face à un déficit marqué de professionnels dans ces métiers et des difficultés de recrutement de plus en plus importantes,
- Les collectivités locales désireuses de valoriser leur patrimoine et d'animer leur territoire (organisation de « journées citoyennes »)

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

<p><u>Objectif de la démarche :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Renforcer l'attractivité de la micro région, en tant que territoire cherchant à concilier la préservation d'un environnement de qualité, le respect des hommes et leur épanouissement avec le dynamisme de son économie. - Agir de façon responsable, en contribuant à sa mesure, à l'évolution globale des pratiques pour un mode de développement durable. - Impulser une dynamique à l'échelle de la micro région, afin que les collectivités, les citoyens, les acteurs associatifs, les entreprises agissent en synergie. 	<p><u>Résultats :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Permettre de tester un projet d'entreprise dans un cadre sécurisé et offrir aux entrepreneurs la possibilité de produire, de facturer, d'apprendre le métier de chef d'entreprise - Rompre l'isolement des porteurs de projet et apporter un appui aux entrepreneurs dans la structuration de leur projet - Professionnaliser par la mutualisation des expériences, le tutorat, la formation <p>Plus largement,</p> <ul style="list-style-type: none"> o proposer un modèle économique novateur, liant emploi, progrès social, performance économique et environnementale. o faire de ce lieu un laboratoire, un lieu d'apprentissage et un lieu de diffusion de ce que pourrait être le développement durable pour la TPE dans le cadre d'un accompagnement professionnalisé. <p>Enfin, la coopérative, à travers son département innovation/expérimentation joue un rôle important en matière de sensibilisation aux enjeux du développement durable pour l'ensemble des acteurs et de la population du territoire: accès aux informations du centre de ressource, organisations de manifestations thématiques, ateliers, visites de bâtiments durables....</p>
<p><u>Perspective d'usage et dissémination :</u></p> <p>Dans un contexte de crise économique, le secteur du bâtiment : éco-construction, restauration/valorisation du patrimoine bâti peut être perçu comme une alternative au chômage par les publics fragilisés, licenciés économiques, ayant un intérêt pour ces métiers et un projet de création d'activité.</p> <p>L'éco-construction, facteur de développement durable constitue également une réponse aux enjeux du Grenelle de l'environnement Ce secteur présente un marché potentiel important et offre des opportunités de créations d'emplois et de développement de compétences nouvelles pour les publics ayant un projet de création d'activité.</p>	<p><u>Actions liées :</u></p> <p>La coopérative se veut également une entreprise culturelle. Ainsi elle vise à préserver et valoriser le patrimoine. Ce qui implique de nouvelles compétences ainsi qu'une sensibilisation de la population et des collectivités du territoire. Afin de toucher un large public, des conférences thématiques sont organisées à destination des professionnels et du grand public. Des ateliers pratiques sont organisés dans les écoles. Ces initiatives offrent l'opportunité aux habitants d'être acteurs de la valorisation et de la préservation de leur patrimoine. De plus, cet apprentissage pratique permet une plus grande sensibilisation des acteurs et un meilleur acquis des techniques de restauration/valorisation durables.</p>

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

France : Valorisation du patrimoine

Intitulé de la bonne pratique :
Valorisation du patrimoine



Institution et / ou personne :
Institut pour le Développement et la Formation

Contact :
Nom : Hélène SILVANI
Adresse : Institut pour le Développement et la Formation
Résidence Lyautey
20090 AJACCIO
Tél : 04 95 10 64 00
Courriel : ajaccio@idf-corse.eu

Résumé de la pratique :

L'Institut pour le Développement et la Formation a développé une bonne pratique s'appuyant sur les différentes formations qu'il mène dans le domaine de la valorisation du patrimoine, et plus particulièrement sur la pré-qualification « Valorisateur du patrimoine » et sur la formation certifiante « Valorisateur du patrimoine ».

Ces actions permettent aux publics (demandeurs d'emploi, formation en chantier école) de :

- réaliser des travaux
- valoriser, animer un site patrimonial, sensibiliser le public
- développer l'emploi local
- concevoir, piloter et gérer un projet de valorisation du patrimoine
- diversifier leur champ de compétence et d'activité
- se professionnaliser et acquérir des connaissances supplémentaires afin d'être en capacité d'intervenir dans l'entretien ou la réhabilitation du bâti ancien en utilisant des matériaux spécifiques et des savoir-faire anciens
- choisir les techniques constructives et les matériaux respectant l'histoire et l'environnement de l'ouvrage
- inscrire leur action dans la réglementation française
- conduire seul la construction ou la restauration d'ouvrages en pierres sèches

Ces actions permettent également de réaliser des travaux concourant à la valorisation patrimoniale d'un site (construction et restauration d'ouvrages en pierres sèches, notamment grâce à l'appropriation et mise en œuvre de techniques d'enduits et de

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

badigeons à la chaux), de développer la valorisation/l'animation/ la sensibiliser la public aux questions patrimoniales. Le niveau de la spécialisation « valorisation du patrimoine » se situe entre le chef de chantier et l'ouvrier qualifié. Interface entre le chantier et le maître d'ouvrage ou l'architecte, le valorisateur suit l'exécution d'un chantier (fonction d'interface). Initié aux techniques traditionnelles de restauration, respectueuses des règles de l'art, le valorisateur travaille en autonomie aussi bien qu'en équipe.

Cette bonne pratique et cette action s'inscrivent dans un réel travail partenarial mené avec l'Office de l'Environnement de la Corse dans le cadre du programme RACINE (2009-2011) « actions innovantes transnationales », qui a validé la réalisation d'actions de formation : * pré-qualification « Technicien valorisateur du patrimoine », mise en place à Sorio et à Luri en 2010 ; * formation certifiante « Valorisateur du patrimoine », mise en place à Sorio en 2011 et à Penta di Casinca en 2012 .

Contexte de sa mise en œuvre :

La gestion, l'animation et la restauration du patrimoine sont aujourd'hui au cœur des problématiques du développement territorial.

En effet, le développement économique des territoires fait émerger de nouvelles activités et de nouveaux emplois.

Au-delà de la préservation des paysages, c'est l'attractivité, l'identité et la vitalité des territoires qui sont en jeu.

L'approche classique de la transmission des savoir-faire doit désormais être renforcée par une approche pluridisciplinaire.

La création du concept de « valorisateur du patrimoine », en valorisant les ressources des territoires, permet d'initier et de favoriser un nouveau modèle de développement.

La mise en œuvre de cette pratique s'inscrit dans un contexte de mobilisation des partenaires, de travail partenarial.

Public cible :

- Demandeurs d'emploi (travail en lien avec Pôle Emploi)
- Professionnels du bâtiment
- Toute personne souhaitant poursuivre/enrichir son projet professionnel, en cohérence avec les enjeux liés à la valorisation du patrimoine et la nécessité de s'adapter à ces exigences.

Objectif de la démarche :

- Former au métier de technicien « valorisateur du Patrimoine » des demandeurs d'emploi en leur permettant d'obtenir une qualification par une validation de la maîtrise professionnelle (certification professionnelle)
- Mettre en place une certification professionnelle délivrée par la Fédération de la Formation Professionnelle (validation des compétences) permettant à chaque stagiaire, à l'issue d'un parcours de formation, d'obtenir un certificat professionnel attestant de la maîtrise d'un métier, d'une fonction, au service de son insertion/réinsertion

Résultats :

Ce travail a produit des outils d'animation territoriale, (guide didactique, méthode d'évaluation des compétences...), à partir de séminaires d'animation, d'expertise croisée sur l'organisation de chantier d'insertion et de formation et d'animation territorial.

Cette bonne pratique génère :

- une mobilisation des acteurs locaux pour mettre en œuvre sur leurs territoires respectifs la formation certifiante « valorisateur du patrimoine »
- une dynamisation du territoire, s'inscrivant dans une pratique renouvelée du « Faire ensemble »
- la réappropriation par les publics cibles de savoir-faire anciens et de techniques liées à la valorisation du patrimoine local, à

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

<p>dans l'emploi.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valoriser, à travers le concept de « valorisateur du patrimoine », les ressources des territoires ; initier et favoriser un nouveau modèle de développement territorial s'appuyant sur le potentiel du petit patrimoine bâti et paysager des communes. - Concourir, par cette bonne pratique, à la formation/qualification pour développer l'emploi local 	<p>l'empreinte du patrimoine sur le territoire, en tant que facteur de l'identité de cet espace.</p> <ul style="list-style-type: none"> - la formation/qualification, l'insertion/réinsertion des publics cibles, au service - le développement de l'emploi local
<p><u>Perspective d'usage et dissémination :</u></p> <p>L'expérience acquise permettra au valorisateur de progresser vers une fonction de collaborateur de chef d'entreprise, dans des structures artisanales dont l'activité principale est celle de la protection et de la restauration du patrimoine.</p> <p>En complément, une formation de gestion lui permettra de créer ou reprendre une PME.</p>	<p><u>Actions liées :</u></p> <p>La politique de gestion du patrimoine par la CTC, la mise en œuvre de programmes pluriannuels d'aménagement tels que les « Sentiers du Patrimoine » par l'OEC, la demande publique par les communes et les Communautés de Communes font apparaître de vrais besoins en matière de valorisation du patrimoine.</p> <p>Cette bonne pratique apporte des réponses concrètes à ces besoins.</p> <p>Les politiques publiques territoriales souhaitent aujourd'hui étendre cette bonne pratique, notamment afin de favoriser/développer la qualification sur le territoire, en la liant à la volonté des communes de valoriser leur patrimoine.</p>

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Belgique : « Verviers & Moi »

Intitulé de la bonne pratique :
 « Verviers & Moi »



Institution et / ou personne :
 Centre d'Information et d'Education populaire de Verviers

Contact :
Nom : Philippe Taquet
Adresse : Rue du centre 81,
 4800 Verviers
Tél : 0479/64 58 38
Courriel : philippe.taquet@mocverviers.be

Résumé de la pratique :

La Ville de Verviers revêt une richesse patrimoniale indéniable sur le plan architectural, culturel, naturel et historique. Verviers est ainsi la cinquième ville wallonne en matière de biens classés. Ce projet « Verviers & Moi » initié par le CIEP vise à la création collective d'applications « audioguide » afin de promouvoir des hauts lieux d'intérêt patrimonial. Le groupe de travail, constitué de Verviétoises et de Verviétois encadrés par le CIEP, a pour objectif de sélectionner différents bâtiments remarquables (patrimoine bâti) et une ou deux promenades balisées (patrimoine végétal) présentant un intérêt touristique.

L'objectif est de créer des applications « audioguides » pour smartphone qui seraient, à terme, téléchargeables gratuitement par toute personne (Verviétois et touriste), désireuse de découvrir par elles-mêmes les fleurons patrimoniaux verviétois. Une fois ces audioguides installés sur leur téléphone portable, l'utilisateur pourrait se lancer dans une visite interactive de Verviers et de sa campagne environnante.

Ce projet permet la promotion du patrimoine verviétois dans un but touristique, tout en mobilisant localement les Verviétois autour d'un projet qui valorise leurs compétences individuelles et l'intérêt qu'ils portent à leur ville. Aujourd'hui le groupe de travail se réunit régulièrement pour élaborer de nouvelles balades et plusieurs balades citoyennes ont déjà été organisées.

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Contexte de sa mise en œuvre :

La Ville de Verviers est un ancien centre lainier international dont le développement a démarré dans le cadre de la première révolution industrielle. De nombreux bâtiments et aménagements urbanistiques témoignent de ce riche passé industriel qui a aussi, il faut le souligner, impacté de manière négative l'environnement de la cité. Suite à la crise des années 70' et la fin de l'industrie lainière, Verviers est devenue une ville plus pauvre avec un taux de chômage élevé, ainsi que la présence d'une population étrangère ou d'origine étrangère précarisée importante. Dans ce contexte, Verviers souffre aujourd'hui d'un déficit d'image tant au niveau des citoyens eux-mêmes qui portent un regard parfois très négatif sur leur ville, que vis-à-vis de l'extérieur. Face à ce constat, la Ville de Verviers a d'ailleurs décidé de commander une étude pour mieux définir son image et son identité dans ce nouveau siècle, et face aussi à un puissant voisin, la ville de Liège, qui entend devenir une métropole régionale.

Public cible :

- Population/ habitants du territoire
- Touristes
- Public scolaire / jeune
- Acteurs économiques, sociaux, institutionnels intervenant dans le domaine de la formation, l'environnement, l'agriculture ou du tourisme.

Objectif de la démarche :

- Valoriser le patrimoine naturel et architectural de Verviers à partir des compétences et de l'intérêt que portent les Verviétois à leur ville ;
- Offrir des parcours qui sont des promenades de découverte décrivant des boucles courtes et faciles à cheminer ;
- Utiliser les nouvelles technologies (audio guide) comme un moyen de valorisation du patrimoine ;
- S'insérer dans un réseau de compétences en matière de développement touristique et mettant l'accent sur la participation citoyenne ;
- Vivifier et dynamiser la Ville de Verviers. Rendre les citoyens fiers de leur ville, leur donner l'envie de s'y investir et de la promouvoir.

Résultats :

- Une prise de conscience de la nécessité de la démarche citoyenne ;
- Une prise de conscience de l'intérêt de la valorisation du patrimoine comme levier au développement socio-économique de la région ;
- La création d'application audioguide ;
- Mise sur pied d'un groupe de travail avec des citoyens désireux de valoriser le patrimoine ;
- Une réappropriation, par la population locale, de lieux et d'espaces, en lien direct avec la vie du territoire ;
- Une découverte, par les visiteurs, d'espaces peu mis en avant jusqu'alors ;
- Une offre complémentaire à l'offre existante en matière de valorisation du patrimoine ;
- La mise en valeur des initiatives de valorisation du patrimoine existantes ;
- Une mise en réseau de nos actions ;
- Une bonne communication de nos actions.

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Perspective d'usage et dissémination :

- Communiquer notre démarche aux opérateurs touristiques et leur proposer d'utiliser notre module d'audioguide ;
- Défendre la nécessité d'impliquer les citoyens (démarche participative) dans la valorisation du patrimoine régional ;
- Poursuite de la création de balades guidées thématiques et d'application d'audioguide ;
- Création et développement d'un réseau régional de valorisation du patrimoine. Se spécialiser dans la démarche citoyenne.

Actions liées :

- Actions de diffusion-promotion de notre groupe de travail et de nos balades guidées ;
- Inscription dans le réseau des opérateurs touristiques ;
- Développement d'une expertise en matière de développement régional.

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

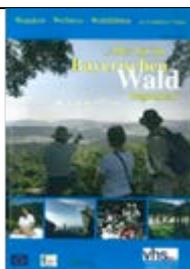
LIVRET DES BONNES PARTIES

Allemagne : « Tout a commencé dans la forêt bavaroise »

Intitulé de la bonne pratique :

Livre de poche :

« Tout a commencé dans la forêt bavaroise » - Faire de la randonnée et bien-être au district de Cham



Institution et / ou personne :

- Tourismusakademie Ostbayern Betriebsgesellschaft mbH
- Volkshochschule im Landkreis Cham e.V. (Financé par le Fonds social européen (Éducation des adultes régionale – tourisme durable dans le district de Cham))

Contact :

Nom : Alfons Klostermeier-Stahlmann

Adresse :

Tourismusakademie Ostbayern Betriebsgesellschaft mbH

Pfarrer-Seidl-Str. 1

93413 Cham

Allemagne

Tél : +49+ 9971 8501 26

Courriel : info@tourismusakademie-ostbayern.de

Résumé de la pratique :

Dans un livre de poche de 64 pages les routes randonnées typiques de la région et des hôtels avec leurs offres sont présentés sur deux ou quatre pages chacune. Chaque route représente une région au district de Cham, ainsi la tour (et l'hôtel) sont décrits avec un texte et de nombreuses photos. En outre, inclus dans le livre il y a une carte et des adresses pour se renseigner.

Ce livre était développé après une autre publication « Kulinarische Streifzüge ». Cette publication en 2006 servait de base pour une coopération désormais bien établie entre la restauration, ses fournisseurs et les points publics pour la commercialisation du tourisme. La première publication a mis l'accent sur les spécialités culinaires du district de Cham, tandis que ce livre suivant se concentre plus sur les offres de la randonnée et de bien-être. La publication a été rendue possible par des ressources financières du fonds social européen et sa coordination par l'Académie du tourisme.

Contexte de la mise en œuvre :

Le livre a été conçu pour créer un instrument commun pour la promotion du tourisme de bien-être de la région avec ses tours et ses hôtels. Des personnes différentes dans le secteur du tourisme ainsi que dans le district de Cham ont collaboré pour développer ce livre.

Public cible :

- Population/ habitants du territoire, le grand public dans le district de Cham
- Le public du pays et de l'étranger, (en particulier de la Bohême et de la République Tchèque)

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

<p>L'ensemble de ces textes et ces photos constitue le cœur de l'ouvrage. Ils sont complétés par des informations de fond et une carte géographique de la région.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acteurs territoriaux, locaux - Communes et communauté de communes - Acteurs économiques intervenant dans le domaine de l'artisanat, de l'agriculture ou du tourisme
<p>Objectif de la démarche :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le livre de poche représente une des premières initiatives conjointes afin de commercialiser les entreprises touristiques et les particularités et les traditions régionales dans le district de Cham. - Commercialisation des occasions touristiques avec ses spécialités traditionnelles / informations - Commercialisation de la région avec un accent particulier sur les offres et les traditions (Unique Selling Point !) - Améliorer la popularité des routes randonnées typiques de la région pour la population locale - Améliorer la popularité des routes randonnées typiques de la région pour les touristes - Unir les efforts des communes souhaitant valoriser et faire découvrir leur patrimoine – même avec une route en Bohème (République Tchèque). - Faire voir à la population locale qu'il existe des offres pour randonner et bien-être partout dans la région. - Encourager les entreprises touristiques à commercialiser activement leurs offres en ce qui concerne la randonnée et le bien-être. - Informer la population locale et les touristes de certaines traditions (par exemple : les croix tombales et les planches de bois pour les défunts typiques de la région) - Encourager la population locale à devenir des ambassadeurs, qui transportent la connaissance de ce patrimoine 	<p>Résultats :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avec ce livre, il est possible de valoriser le site et ses offres pour faire la randonnée et de bien-être soit en contexte individuel ou en contexte professionnel. - Le livre enrichi de plein de photos est attirant et instructif pour le groupe-cible et peut être emporté en voyage. - On a réussi pour la première fois à atteindre une commercialisation de la région qui dépasse les entreprises et qui met un accent particulier sur les caractéristiques, traditions et spécialités. - A partir de la coopération des participants se sont constitués de nouvelles structures dans le district de Cham, qui, à leur tour, ont créé de nouvelles initiatives innovatrices et indépendantes - La commercialisation commune et unique accroît le degré de reconnaissance - Seulement en mettant l'accent sur ce qui est spécial (= Unique Selling Point) il est possible de se démarquer de la large gamme de produits pour répondre à la concurrence mondiale en tourisme (La spécialisation dans certains sujets, tels que la connexion randonnée – bien-être) s'avère la caractéristique de la région.
<p>Perspective d'usage et dissémination :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le livre ne sert pas qu'à la commercialisation nationale et internationale mais familiarise surtout la population régionale avec l'offre. Hors de la saison touristique classique les clients de la région constituent un revenu de base pour les sites touristiques. En plus la population régionale sert de multiplicateur en donnant des recommandations aux amis ou 	<p>Actions liées :</p> <p>Cette publication populaire créait la base pour des futurs projets qui comprennent tous la commercialisation de la région avec ses traditions particuliers</p> <ul style="list-style-type: none"> - « Mit Stahlrössern zu Burgen und

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

<p>aux hôtes.</p> <ul style="list-style-type: none">- Moyens de dissémination :<ul style="list-style-type: none">• Des tracts pour annoncer le projet• Présentation sur internet• Presse régionale• Impression et distribution gratuite de livres<ul style="list-style-type: none">o Par les librairies régionaleso Par des établissements touristiqueso Par l'office de tourismeo Par les organismes de tourisme (p. ex les salons nationaux et internationaux)	<p>Schlössern im Landkreis Cham » (Visiter les châteaux en bicyclette)</p> <ul style="list-style-type: none">- « Radeln und Rasten in Bayern und Böhmen » (Aller à bicyclette et faire une halte en Bavière et en Bohème)- « Wandern und Einkehren im Lamer Winkel » (Randonner et faire une halte dans la région de Lam)
--	--

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Slovaquie : Rénovation et conservation du patrimoine

Intitulé de la bonne pratique :

Rénovation et conservation du patrimoine
 (particulièrement des châteaux forts en ruines)



Institution et / ou personne :

Združenie hradu Bystrica

Contact :

Nom : Miroslav TICHÝ

Adresse : Združenie hradu Bystrica

Považské Podhradie 117

017 04 Považská Bystrica, Slovaquie

Tél : 00421/949 240 188

Courriel : tichy.miroslav@azet.sk

Résumé de la pratique :

L'appel d'offre lancé en 2014 par le Ministère de la culture a amené les responsables de l'Association de château Bystrica (Združenie hradu Bystrica) à monter un projet pour faire avancer les travaux sur la sauvegarde et la conservation des ruines de Château Bystrica. Les membres de l'association et les bénévoles travaillent dans cet objectif depuis 2008. Ils ont trouvé l'inspiration dans l'action des jeunes bénévoles qui ont travaillé pour sauvegarder un autre château de la région de Považie centrale, le château de Lietava.

Le projet a été retenu (un parmi les 36 projets) et une subvention garantit pour l'association des moyens financiers pour l'achat de certains équipements, des matériaux et le salaire d'un coordinateur des travaux. En parallèle, le Ministère du travail, des affaires sociales et de la famille de la République slovaque, par le biais des antennes locales de Pôle emploi a fourni «la main-d'œuvre», les 15 demandeurs d'emploi pour une durée de 6 mois, pour lesquels ce contrat présente une opportunité de s'activer, d'améliorer ou de maintenir leurs compétences transversales de base et de gagner un salaire minimal. Le ministère du travail apporte à l'association une aide équivalente d'autour de 60 milles Euros (le salaire des demandeurs d'emploi, qui y travaillent conformément à leur contrat plein temps, tous les jours ouvrables, pour une période de 6 mois).

Cette action à l'échelle nationale permet de sauvegarder du patrimoine bâti longtemps abandonné et d'intégrer dans l'opération le public des demandeurs d'emploi, des bénévoles, qui sont nombreux, des étudiants, des amateurs et admirateurs des objets et bâtiments historiques.

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Contexte de sa mise en œuvre :

Le Ministère de la culture de la République Slovaque en coopération avec le Ministère du travail, des affaires sociales et de la famille ont lancé un projet pilote en 2011 afin de faire participer les demandeurs d'emploi à la conservation et rénovation du patrimoine bâti. Deux châteaux forts (en ruines) faisaient l'objet de rénovation (Šariš en Slovaquie orientale et Uhrovec en Slovaquie centrale). Ministère du travail a eu pour l'objectif de faire bénéficier les demandeurs d'emploi de longue durée et de bas niveau de scolarité et leur permettre de maintenir et développer les compétences transversales de base et de certaines compétences professionnelles dans le domaine de rénovation et conservation du patrimoine important pour le territoire. Lors de la mise en œuvre du projet pilote 50 bénéficiaires ont été recrutés parmi les 249 candidats.

La réussite du projet pilote a amené les ministères slovaques à poursuivre l'action et des appels d'offre pour proposer les projets de rénovation et de conservation des châteaux forts ont été lancés en 2012, 2013 et également en 2014. Dans nos jours, les deux ministères sont en train de prendre la décision sur la suite de l'action (il est probable que le projet sera destiné à un autre public cible).

Cette action a amené le ministère du travail a créé un projet national dénommé «La participation des demandeurs d'emploi dans la sauvegarde du patrimoine», qui était mis en place pour la première fois en 2012.

Le coût totale d'opération pour 2013 a présenté 1 859 305,00 Euros pour 478 personnes sur tout territoire slovaque.

Public cible :

Lors de la conservation:

- Bénévoles/Population locale/ habitants du territoire
- Autorités et acteurs territoriaux, locaux
- Public des jeunes

Après la conservation :

- Population locale/ habitants du territoire
- Touristes
- Public des jeunes
- Public des actions culturelles

Objectif de la démarche :

- conserver et sauvegarder les ruines du château du début du XIV. siècle (1316) qui servait pour protégé le chemin de Váh important, qui est depuis 1698 en ruines,
- faire les travaux de recherche archéologique,
- rénover le donjon de la tour d'entrée et en construire une salle d'exposition sur l'histoire

Résultats :

- les travaux sont en cours, mais on peut déjà voir un certain avancement (nettoyage des arbustes et des herbes folles),
- la conservation d'une partie des murs, du donjon,
- - création d'un site internet et le compte de Facebook pour présenter l'avancement des travaux et communiquer avec le grand public, y compris l'invitation des bénévoles aux travaux,

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

<p>du château et exposer les objets recherchés,</p> <ul style="list-style-type: none"> - créer un lieu de promenade pour la population locale et les jeunes, - créer un lieu pour les actions culturelles. 	<ul style="list-style-type: none"> - l'illumination des ruines propres sur une colline de l'altitude de 497 m, - la recherche archéologique en continue - les visites ne sont encore autorisées qu'à son propre risque, - la coopération très étroite avec les autorités publiques et d'autres associations qui s'efforcent pour sauvegarder ce type de patrimoine.
<p><u>Perspective d'usage et dissémination :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - selon les responsables de l'association, les travaux peuvent s'achever dans 10 ans, - le lieu servira pour les actions culturelles de la municipalité de Považská Bystrica, voir à l'échelon régional, avec l'objectif de faire connaître et animer les lieux historiques, - encourager la création et le développement d'activités économiques dans le domaine de l'environnement, de l'artisanat et du tourisme, en coopération avec divers acteurs locaux. 	<p><u>Actions liées :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - sur le chemin de montée au château un sentier éducatif avec 4 panneaux d'explication sur l'histoire de château, ses propriétaires et une légende est construit, - au pied de la colline une demeure bourgeoise (Palais appelé Burg) récemment restaurée, - actions de promotion du patrimoine en coopération avec la mairie de Považská Bystrica, qui est devenu le propriétaire du château en 2007.

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Espagne : Plan de Diffusion au site archéologique - Cerro (Colline) de las Cabezas

Intitulé de la bonne pratique :

Plan de Diffusion au site archéologique
 Cerro (Colline) de las Cabezas
 (Plan de Diffusión en Conjunto Arqueológico
 Cerro de las Cabezas)

Autovía de Andalucía km. 207.200
 Valdepeñas (Ciudad Real)



Institution et / ou personne :

Concejalía de Cultura, Comercio y Turismo.
 (Délégation de culture, commerce et tourisme)
 Ayuntamiento de Valdepeñas. (Mairie de Valdepeñas)
 Ciudad Real, Castilla la Mancha, Spain.

Contact :

Manuel López Rodríguez
 Délégué de culture, commerce et tourisme
 (Concejal del Área de Cultura, Comercio y Turismo).

Gema Candelas Piña
 Guide de musées et patrimoine municipal
 (Guía de Museos y Patrimonio Municipal)

Résumé de la pratique :

Afin que notre patrimoine soit conservé, connu, aimé et respecté, il faut d'abord le connaître.
 C'est pourquoi la Mairie de Valdepeñas a parié sur le Projet de Diffusion du site archéologie Cerro (colline) de las cabezas.

Il s'agit d'une fouille archéologique appartenant à la Culture Ibérique (siècles VII-III av. J-C), situé sur le versant d'une petite colline et avec une extension de 14 hectares, d'un périmètre de 1600 mètres linéaires.

En 2003 fut inauguré le Centre d'Interprétation, dont le but est de promouvoir et diffuser les valeurs les plus importantes de la fouille archéologique. À partir de ce moment a commencé à se mettre en place un Plan de Dynamisation et Diffusion du site archéologique (Excavations et Centre d'Interprétation).

Le poète sénégalais Baba Dioum disait: « on ne conserve que ce qu'on aime, on n'aime que ce que l'on comprend ». C'est pour quoi qu'en premier lieu nous avons fait une Planification Interprétative dans laquelle se sont insérés les objectifs de connaissance, d'attitude et de conservation, explicités ci-dessous :

Objectifs de connaissance :

- Comprendre les valeurs les plus importantes de la culture ibérique, concrétisées et matérialisées sur le site archéologique Cerro de las Cabezas.

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

- Comprendre la méthodologie du travail archéologique, par lequel on peut reconstruire nos traces d'identité au territoire, à travers le patrimoine archéologique, et concrètement sur le site archéologique.
- Comprendre et réfléchir sur la nécessité de la conservation du Patrimoine Archéologique : la restauration archéologique, méthodologie, buts et résultats.
- Connaître les stratégies de promotion et conservation que la Mairie de Valdepeñas réalise sur le site archéologique Cerro de las Cabezas.

Objectifs spécifiques de connaissance :

- L'Urbanisme Ibérique : Proto-urbanisme à la Préhistoire, période du Bronze Final et Urbanisme à l'époque ibérique. L'apparition de la forme carrée aux logements et sa signification économique, sociale et politique. Systèmes d'édification, voies, rues, places et leur intrication.
- Systèmes de production à l'époque ibérique, matérialisés sur le site archéologique Cerro de las Cabezas : Poterie, Industrie textile et Métallurgie. Agriculture. Élevage. Espaces liés à la production; structure et compréhension spatiale; Greniers, Magasins, Systèmes de décantation des argiles, Sièges pour le travail. Moulins et Fours multifonction.
- Systèmes Idéologiques et Sociaux. Le logement; structure, définition. Les pièces de la maison comme endroit idéologique et social. Architecture des gouvernants : signification et contexte. Modèle social qui la soutient. Lieux dédiés au culte : importance et signification, définition du rite et son expression spatiale. Religiosité ibérique au site archéologique. La Mort ; nécropole, rituels, signification sociale et son reflet archéologique : état de la question au site archéologique Cerro de las Cabezas. La sépulture et la trouvaille de deux individus extra-muros : la mort au-delà des endroits communautaires.
- Méthodologie Archéologique : L'exploration archéologique visuelle et techniques de télédétection ; radar à pénétration de sol et sismique. L'excavation archéologique ; le système de Wheeler versus le système de Harris. L'excavation archéologique à la colline (Cerro de las Cabezas). Excavation à ciel ouvert et nomenclature des zones. Système de registre. Le cahier de travail archéologique et les fiches d'analyse stratigraphique. Systèmes de mesure. Le théodolite et l'station robotisée, la photogrammétrie et l'informatisation des registres.
- Méthodologie de Restauration : Les principes juridiques qui dirigent la restauration archéologique au site Cerro de las Cabezas. Compréhension profonde du monument, études préalables, analyse du terrain, essais géologiques. Réintégration des mortiers et encapsulation. Réintégration chromatique et compréhension visuel de la restauration archéologique. Le drainage à la fouille archéologique : problèmes et méthodologie. Évaluation des résultats. Évaluation des procès de restauration par les visiteurs.

Objectifs d'Attitude :

- Renforcer le processus d'empathie des visiteurs envers la culture ibérique ; ses gens et ses vies.
- Renforcer la sensibilisation des visiteurs envers le contexte environnemental au monde ibérique d'hier (il y a 2400 années) et d'aujourd'hui.
- Réussir à émouvoir et surprendre les visiteurs, en confrontant les données d'ordre moral, religieux et social de la société ibérique avec les données d'aujourd'hui.

Objectifs de Conservation :

- Interdire aux visiteurs de prendre du matériel archéologique et s'ils le font, demander de rendre le matériel à son endroit d'origine.
- Éviter que les visiteurs ne jettent ni ordures ni aucun autre type de restes de la fouille archéologique.
- Éviter que les visiteurs montent sur les murs, en raison du danger pour eux-mêmes, pour les murs et pour les mortiers d'argile.
- Favoriser l'esprit de protection de l'environnement et prévention, pendant la visite du site archéologique et hors du site.

Tous ces objectifs généraux et spécifiques de la Planification Interprétative sont suivis à travers une méthodologie

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

interprétative avec laquelle on travaille pendant les visites guidées.

La visite guidée au site archéologique Cerro de las Cabezas :

La visite guidée est la meilleure des activités de diffusion et aussi le but de notre Bonne Pratique. (La visite autoguidée est possible, étant donné qu'on y trouve des moyens pour la faire, tels que les audio guides en plusieurs langues et les panneaux d'interprétation). Des études ont souligné la technique de diffusion-dynamisation comme étant la plus importante et estimée. La communication interpersonnelle prend de la vigueur, quand on veut transmettre un nombre de connaissances et de valeurs liés au patrimoine et par conséquent, avec l'être humain.

La visite guidée comprend différentes parties, recours et méthodologies que nous expliquerons ensuite. Ensuite, nous analyserons quelques particularités dérivées de la visite modèle (groupes de femmes victimes de violence conjugales, emprisonnés, handicapés, etc.).

D'abord, il faut faire une étude préalable sur les visiteurs (type, attentes, origine régionale, pays, etc.). Et aussi savoir de quelle façon ils nous ont connus et sont arrivés chez nous. Ces renseignements sont très importants, parce que nous devons combler les attentes des visiteurs, et il faut, donc, les connaître. Il est essentiel - afin de mener à bien notre Bonne Pratique - de connaître tout renseignement possible avant la visite : coordonnées personnelles et si on a quelque handicap; très important pour la planification des randonnées et le temps et ressources à employer.

Afin d'atteindre l'excellence nous avons plusieurs rendez-vous avec le contact, avant la visite, et on décide la date, on connaît le type de visiteur, le climat, le temps à employer, etc. Il est très important pour nous, que le visiteur reste toujours sûr. Si on sait avant par exemple que les conditions atmosphériques seront mauvaises, on téléphone au contact pour lui donner des outils nécessaires à apporter (robe, chaussures, crème solaire, etc.) afin de que les visiteurs puissent avoir tous les renseignements nécessaires.

Tous ces renseignements que nous avons obtenus, on les utilisera pour définir et organiser la visite guidée.

D'abord, nous devons tenir compte du temps réel à utiliser. Normalement, les visiteurs ont déjà d'autres visites à réaliser, et on doit organiser méthodiquement le parcours afin de finir à temps. C'est pourquoi, nous devons organiser le temps du parcours et le temps des trajets.

La visite commence au Centre d'Interprétation où les visiteurs sont accueillis. On leur montre une vidéo de présentation, on leur explique le processus d'acculturation entre la fin de l'âge du Bronze et l'époque ibère et turdétanne ; le paysage, l'agriculture, le tour de potier. En avançant la vidéo, le visiteur peut connaître ses plus intimes traits d'identité, qui viennent du territoire.

Le deuxième axe thématique est l'environnement naturel. Nous expliquons aux visiteurs le paysage et comment il était certainement il y a 2400 années et pourquoi et comment ce que nous connaissons aujourd'hui est le résultat d'un processus d'action humaine. Nous utilisons des photos aériennes d'autres villes ibérique, en analysant les particularités du site Cerro de las Cabezas ; une ancienne ville ibérique jamais conquise par d'autres cultures.

Le troisième axe thématique est la reproduction d'une maison: la Maison du Potier. C'est très émouvant, parce que l'on parle de tout ce qui a attiré à la vie de famille. On invite à évoquer de manière imaginaire la structure d'une maison ibère.

Le quatrième axe thématique est l'Architecture des Monuments : on leur montre la reproduction d'une tour de grandes dimensions, et grâce aux techniques ludiques on peut y « entrer » et avoir la sensation d'être à l'intérieur, comme il y a 2400 ans.

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

Le cinquième axe thématique est l'Archéologie de la Mort. On leur montre une autre vidéo sur l'enterrement d'un guerrier et on fait un débat avec les visiteurs qui relatent des événements personnels de leurs vies.

Le sixième axe thématique est dédié aux échanges. En ce moment on fait une « deuxième évaluation » ou « première évaluation pendant la visite guidée ». Pour nous l'évaluation est indispensable pour connaître ce que nous faisons bien ou mal. Nous faisons quatre évaluations : initiale, moyenne, finale et diachronique. L'évaluation initiale et l'évaluation moyenne sont orales, l'évaluation finale est réalisée avec des fiches de registre. Et l'évaluation diachronique est faite à travers des observations et des notes.

Après quelques minutes pour se reposer, on continue avec la visite aux excavations archéologiques. Les visiteurs sont situés en face des remparts de la ville ibérique. On fait une reconstruction de la vie au temps des ibères. Nous faisons le parcours des remparts et on parle d'économie, société, territoire. Après on passe à la zone urbaine, où nous expliquons l'histoire des excavations. C'est là, où on peut comprendre que la proximité de la route Madrid-Andalousie a conditionné les excavations.

Il est important de souligner qu'il n'existe pas un unique type de visite, ni un discours modèle. Notre visite est thématisée et personnalisée. Selon le cas, et caractéristiques des visiteurs, on choisit les activités et les informations.

Après la visite aux excavations on fait l'Évaluation finale. C'est le moment le plus humain de la visite. Les visiteurs expriment leurs opinions, remerciements ou doutes, et on remplit le questionnaire. Les résultats sont analysés par mois, par trimestre et par semestre. Nous soulignons cela, car l'une des questions essentielles relative à l'excellence est celle de l'Évaluation ; l'étude des résultats, afin de mettre en œuvre des améliorations si nécessaires.

Nous travaillons avec des groupes spéciaux, tels que les personnes handicapées, les femmes en risque d'exclusion sociale et victimes de violences conjugales. Dans le cas des handicapés, nous adaptons la visite guidée à ceux qui sont en mobilité réduite en utilisant des ressources du Centre d'Interprétation pour expliquer ce qu'ils ne pourront pas voir aux excavations. Dans le cas des handicapés intellectuels, on leur adapte le contenu de la visite, en utilisant des ressources visuelles, tactiles (reproductions de céramiques), et nous faisons aussi des petits jeux de rôle, afin que le groupe puisse y accéder de manière amusante. Dans le cas des femmes en risque ou victimes de violences conjugales, nous faisons une adaptation des contenus en faisant un renforcement de l'estime de soi. On a eu des belles expériences avec elles à travers de visites thématisées dans lesquelles nous avons traité du rôle de la femme dans l'Antiquité, le Monde Ibérique et aujourd'hui.

Contexte de la mise en œuvre :

Valdepeñas est une ville avec une offre culturelle importante, avec des bonnes communications et un niveau de visites touristiques intéressant. Présence des musées, des pinacothèques, un patrimoine architectonique (civil et religieux), et un site archéologique. D'autre part les propres citoyens peuvent reconnaître leurs caractères d'identité au site archéologique.

Le contexte particulier du Cerro de las Cabezas est celui d'un site archéologique ibérique, édifié avec des techniques faibles. C'est pourquoi, il faut que le Plan de Diffusion intègre des renseignements sur la conservation et la favorisation d'attitudes de protection de l'environnement. L'extension de zones visitables est bien grande, et on prétend qu'elle soit accessible de manière physique et intellectuelle. À cause de cela on a conçu un Plan de Diffusion avec la compréhension

Public cible :

Les visiteurs sont de la ville et des alentours de Valdepeñas, et aussi de la Région (Castilla-La Mancha) et d'autres régions proches telles que Madrid et Andalousie. Aussi, à une moindre échelle d'autres régions et d'autres pays.

Cependant, nous avons eu plusieurs expériences de divulgation avec des auditoires captifs et non-captifs. Les auditoires captifs viennent des centres scolaires de Valdepeñas et son alentour (bien que les dernières années arrivent de toute la région de Castilla-La Mancha).

Pour ce type d'auditoire on s'adapte aux contenus

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

<p>de certains buts de gestion. L'outil pour la communication avec le public est l'Interprétation du Patrimoine.</p>	<p>du curriculum scolaire de chaque cours et niveau.</p> <p>Par rapport aux auditoires non-captifs on doit signaler que le profil de visiteur est d'âge moyen (25-55 ans), des deux sexes, avec un niveau culturel moyen-haut et avec des grandes attentes.</p> <p>Ce dernier profil correspond au visiteur modèle (standard), pendant une visite libre au week-end. Malgré cela, on ne peut pas refuser le fait de recevoir plusieurs groupes locaux, associations culturelles, etc.</p> <p>Dans l'idéal, il serait bon d'agrandir la potentialité des visiteurs afin que notre offre touche davantage de personnes. Par exemple d'autres régions, d'autres centres sociaux et culturels et d'autres centres d'enseignement, tels que les universités.</p>
<p>Objectif de la démarche :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compréhension de certaines méthodes de gestion effectuées par les organismes qui sont les titulaires du patrimoine. - Encouragement de la compréhension et de l'amour envers notre passé par la part du public. - Identification des caractères identitaires d'un peuple à l'intérieur de son territoire à travers des traces visibles de son histoire lointaine et des manifestations artistiques plus proches. - Conservation des restes archéologiques, les preuves matérielles des anciennes cultures et concrètement les pièces exposées et conservées au Musée Municipal. 	<p>Résultats :</p> <p>Depuis les onze dernières années après l'ouverture du site archéologique et une fois lancé le Plan de Dynamisation (visite guidée), on doit mettre en valeur que la connaissance du Patrimoine Archéologique et ses valeurs sont parvenus à la plupart des citoyens de Valdepeñas et son alentour, ainsi que à d'autres régions d'Espagne et d'autres pays de l'Union Européenne et d'autres continents.</p> <p>Mais pour nous, est plus satisfaisant de vérifier que n'importe quel enfant de Valdepeñas connaît le site et dans de nombreux cas, ils font la fonction de guides improvisé de leurs familles. Il est aussi satisfaisant de voir que les membres et usagers des Foyers aux personnes âgées et de Centres d'accueil de jour, sont venus au site Cerro de las Cabezas, ils ont participé à la visite et ils ont été écoutés</p> <p>Le résultat plus important est d'arriver au cœur du visiteur par la compréhension et renforcer en lui des attitudes relatives à la conservation. En ces dernières années on a vu aussi une moindre détérioration du site avec les visites. Les visiteurs ramassent souvent du matériel qui rendre aux</p>

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

<p><u>Perspective d'usage et dissémination</u></p> <p>Les perspectives d'avenir se détermineront par l'action future du pouvoir politique sur le site archéologique Cerro de las Cabezas.</p> <p>De notre point de vue, la visite guidée du site archéologique, offre une expérience unique aux visiteurs</p> <p>Non pas seulement car ils pourront « voyager dans le temps », mais également parce qu'ils pourront se sentir « unique » et pourront voir que leurs attentes sont comblées.</p> <p>Les caractéristiques du site archéologique sont exceptionnelles pour le faire connaître (accès, grandes zones vertes avec de la végétation native, arbres pour l'ombrager, toilettes, etc.)</p>	<p>responsables du centre.</p> <p><u>Actions liées :</u></p> <p>Visites aux musées de la Ville : D'abord ; la Colline (Cerro de las Cabezas).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Là-bas, les visiteurs pourront visiter le Centre d'Interprétation et le site archéologique. Il est essentiel de joindre les deux visites pour pouvoir comprendre l'œuvre et son contexte. De la même manière pourront choisir visiter les Salles d'Art Contemporain. - Visite au Musée du vin (museo del vino). Au parcours de la visite au site archéologique on offre aux visiteurs des données sur la culture de la vigne à l'époque ibérique ; ses incidences et son importance au contexte de l'Antiquité. La visite au Musée du vin est très approprié pour « associer » histoire et présent de la réalité de Valdepeñas ; une ville attachée à la culture de la vigne et du vin. - Musée de la Fondation Gregorio Prieto. Le visiteur pourra profiter de la collection du grand peintre de Valdepeñas. - Visite à la ville; patrimoine religieux (Église de l'Assomption, Couvent des Trinitaires, Chapelle de Saint-Joseph, Église du Christ) et patrimoine civil avec une belle randonnée aux bâtiments de XIXème siècle. - Le Parcours des Sculptures; permet au visiteur de connaître la ville en se promenant par la ville et en découvrant un musée vivant et permanent au milieu de la ville. - Caves à visiter (Arúspide, Corcovo, Dionisos, etc.). Le visiteur pourra faire des dégustations des vins de Valdepeñas.
---	--

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Espagne : Plan de Diffusion au Musée Municipal

Intitulé de la bonne pratique :

Plan de Diffusion au Musée Municipal.
(Plan de Difusión en el Museo Municipal)

Autovía de Andalucía km. 207.200
 Valdepeñas (Ciudad Real)



Institution et / ou personne :

Concejalía de Cultura, Comercio y Turismo. (Délégation de culture, commerce et tourisme) Ayuntamiento de Valdepeñas. (Mairie de Valdepeñas) Ciudad Real, Castilla la Mancha, Spain.

Contact :

Manuel López Rodríguez
 Délégué de culture, commerce et tourisme
(Concejal del Área de Cultura, Comercio y Turismo).

Gema Candelas Piña
 Guide de musées et patrimoine municipal
(Guía de Museos y Patrimonio Municipal)

Résumé de la pratique :

« Rendre le patrimoine au peuple ». Celle-ci est une des grandes prétentions de la divulgation patrimoniale. Quand on commença notre travail au Musée on constata l'absence de lien entre les habitants de Valdepeñas et leur musée. On observa qu'on faisait des visites guidées pour les écoles de la ville. Néanmoins il n'y avait aucune activité destinée aux adultes. Cela est paradoxal ; étant donné que les gens de Valdepeñas se sentent fiers de L'Exposition Internationale d'Arts Plastiques ; ils emmenaient même leur famille et leurs amis afin de leur montrer la pinacothèque. Plusieurs fois le public nous l'a rapporté. Mais on détecta que les informations et les informations pour comprendre l'Art Contemporain (et les pièces archéologiques) n'arrivaient pas au public. Nous fîmes des études d'observation et on vérifia qu'il y avait un déséquilibre entre le désir de comprendre et d'apprécier l'Art par les citoyens et le contenu qui arrivait réellement jusqu'aux citoyens.

C'est pourquoi, nous fîmes d'abord une Planification Interprétative afin d'atteindre une série d'objectifs (de contenu, d'attitude et de conservation) à travers d'une méthodologie bien concrète : L'interprétation du patrimoine comme outil de communication avec le public. Voici la définition d'Interprétation du patrimoine : « C'est l'art de communier in situ la signification de l'héritage patrimonial, culturel et naturel au grand public visiteur, afin de que le grand public puisse le comprendre, le connaître et l'aimer, et en même temps susciter des attitudes de conservation ».

Il y a deux sections au musée de Valdepeñas. D'une part, on y trouve les pièces extraites du site archéologique Cerro (colline) de las Cabezas. D'autre part ; les œuvres d'Art (peinture, sculpture et photographie) qui procèdent de l'Exposition Internationale d'Arts Plastiques et les œuvres des auteurs locaux comme Óscar García Benedí, Ignacio Crespo Foix et Francisco Nieva, et aussi d'autres peintres d'importance inférieure.

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

Voici les Objectifs de contenu qu'on a déclaré à la Planification Interprétative:

- Le Musée Municipal : histoire de l'immeuble et événements du Projet Muséographique. Sections du Musée. Configuration esthétique et compréhensive.
- Salles d'Archéologie : les fouilles archéologiques de la colline (Cerro de las Cabezas). Caractéristiques historiques et archéologiques. Section du site archéologique. Le projet muséographique du Centre d'Interprétation. Première Salle : les origines de la culture ibérique, précédents à la colline (Cerro de las Cabezas) et aux alentours de Valdepeñas. Deuxième Salle : Urbanisme. Les traits plus importants qui définissent l'urbanisme à la colline (Cerro de las Cabezas) ; façon de penser, organisation du territoire. Lieux dédiés à la production versus lieux dédiés au logement. Les caractéristiques plus importantes de tous les deux et leur reflet au site archéologique. Troisième Salle : Société et économie : Définition sociale, hiérarchisation du pouvoir à l'époque ibérique, les objets luxueux comme preuves du pouvoir d'une élite sociale. Métallurgie et objets d'ivoire. Les pièces de céramique d'importation. Economie : la métallurgie, la poterie, l'élevage et l'agriculture. Quatrième Salle : La céramique ibérique comme le meilleur fossile stratigraphique pour connaître une culture. Typologie, céramique courante, et céramique de cuisine. Poterie faite au tour et faite à main. Poterie peinte : classes et caractéristiques. Céramique estampillée. Cinquième Salle : Sanctuaires. La religiosité à l'époque ibérique et son reflet au contexte matériel. Les lieux de culte à la colline (Cerro de las Cabezas) : définition, localisation et caractéristiques plus importantes. Les ex-voto comme preuve d'une religiosité populaire. La Mort à la colline (Cerro de las Cabezas) : la sépulture et son analyse paléanthropologique.
- Salles de peintres locaux : Óscar García Benedí. Vie et œuvre. Caractéristiques de sa peinture. Ignacio Crespo Foix. Vie et œuvre. Caractéristiques de sa peinture. Francisco Nieva. Vie et œuvre. Importance de sa personnalité et traits plus importants de son œuvre pictural et littéraire.
- Salles d'Art Contemporain : Exposition Internationale d'Arts Plastiques à Valdepeñas. Origines. Déroulement. Procès de formation de l'Exposition. L'Exposition aujourd'hui : importance. Valeur artistique. Vie et œuvre des auteurs qui ont des œuvres au parcours de l'Exposition Permanente. Peinture, Sculpture, Photographie.

Voici les objectifs:

- Emouvoir, comprendre et s'amuser de façon personnelle, créative et positive de toutes les œuvres exposées au Musée Municipal (pièces archéologiques autant que œuvres d'Art Contemporain)
- Participer à toutes les activités au Musée Municipal (visites guidées, l'œuvre du mois, la nuit de musées, etc.)
- Promouvoir -par la part des visiteurs- les activités et la visite au Musée Municipal (bouche à oreille, organisation des visites, etc.)

Les objectifs de conservation :

- Respecter et comprendre les procès de conservation-restauration qui ont un rôle essentiel à la mise en valeur du Patrimoine du Musée Municipal.
- Ne pas détériorer ni toucher aucune des pièces exposées au Musée.

LA VISITE GUIDÉE AU MUSÉE MUNICIPAL.

D'habitude on commence avec la visite aux Salles d'Archéologie ; malgré on peut faire les visites séparément, cela dépend de l'intérêt et temps du public visiteur. Il est essentiel d'établir un lien avec la visite au site archéologique et les Salles d'archéologie au Musée. C'est pourquoi on commence avec l'émission d'une petite vidéo sur les fouilles, et en utilisant une grande photographie de vue aérienne pour expliquer et situer au public qui nous visite. On commence aussi, avec une

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

Évaluation Initiale sur la connaissance et les attentes préalables du public. On a déjà rapporté l'importance de l'évaluation pour notre groupe de travail. Sans cette évaluation, il est trop difficile d'atteindre l'excellence, car il est nécessaire de plaire au public et le rendre « amoureux » du Patrimoine.

On parcourt les Salles d'Archéologie (Première Salle : Précédents de la culture ibérique; Deuxième Salle : Urbanisme ; Troisième Salle : Société et Économie ; Quatrième Salle : Céramique ; Cinquième Salle : Sanctuaires).

Il est essentiel pour nous, que le public s'identifie avec le Patrimoine. Il ne sert à rien une visite technique, remplie de données scientifiques, si cela ne permet pas aux visiteurs de s'amuser, de s'émouvoir et d'établir un lien entre leurs vies et ce qu'ils contemplent.

La Première Salle est décisive pour comprendre les précédents de la culture ibérique ; le Bronze Final et ses caractéristiques plus importantes. Le premier urbanisme, les techniques de construction. La poterie faite à main, et la grande différence technique avec l'éruption du tour de potier à l'époque ibérique. La métallurgie au cuivre et au bronze et l'absence du fer, la présence d'outils en pierre et leur explication. Afin de que le public comprenne l'immense différence entre les cultures, et que lui-même puisse tirer des conclusions. D'habitude on montre deux pièces (reproductions) de silex et de basalte et un fragment de céramique faite à main.

La Deuxième Salle, destinée à l'Urbanisme, est énormément intéressante pour le public ; puisque à son intérieur on trouve des reproductions des pavés originaux qu'on peut voir et jouir d'eux in situ. Il est très important pour nous qu'on y utilise les sens. Et comme nous disons d'habitude : il serait convenable au lieu de dire aux musées « ne pas toucher », pouvoir dire : « touchez, s'il vous plaît » (si on dispose des systèmes appropriés et si on nous le permet la conservation des traits patrimoniaux destinés à l'interprétation).

La Troisième Salle, dédiée à la Société et l'Économie, permet de s'enfoncer dans un intéressant dialogue avec les visiteurs. Ils sont les vrais « agents » de leur visite. Mentalité, usages et coutumes, habitudes, événements vécus quand ils étaient petits garçons ou filles (par exemple le battage et le moissonnage des céréales, les moulins, la vendange, etc.). Il est singulièrement émouvant parler avec les gens âgés qui ont travaillé au monde de l'agriculture et découvrir qu'ils se sentent orgueilleux quand le reste du public écoute son histoire absolument liée à cela qui faisaient les ibères il y a plus de 2400 années.

La Quatrième Salle est expliquée en utilisant des différents types de céramique que les visiteurs peuvent toucher, voir et sentir. Les visiteurs peuvent toucher les reproductions et connaître la pièce toute entière telle qu'elle était à son origine et comprendre son utilité. Et aussi ils peuvent toucher des fragments de céramiques originales des excavations archéologiques.

Et finalement, la visite à la Cinquième Salle est aussi émouvante puisque on s'approche aux sujets sur le culte, la religiosité, l'esprit, le rôle de la femme. Par rapport à la femme on doit signaler que nous travaillons avec des associations de femmes (Femmes au foyer, Victimes de violence domestique, etc.) qui jouissent trop avec ces visites. On fait des lectures de poésie, auditions musicales, des débats infatigables sur le rôle de ces femmes : femmes au foyer, paysannes, prêtresses... et on travaille avec des données scientifiques, mais on parle aussi des émotions, en connaissant l'esprit du passé et du présent et en avançant jusqu'à l'esprit du futur.

À la deuxième salle le public commence à remarquer les différences de tout cela qui a été expliqué à la salle précédente. Par exemple, l'adoption de la forme carrée à partir de la Période Ibérique Ancienne dans les bâtiments (maisons, greniers) et son importance au-dedans de la configuration de la ville (oppidum). Il est satisfaisant quand on vérifie que la plupart des visiteurs y

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

participe avec ses explications et ses discussions. Par exemple, au moment que les visiteurs connaissent l'apparition de la poterie faite au tour, peinte, de grandes dimensions, et l'apparition du fer comme matière première pour beaucoup d'outils.

La visite aux Salles d'Art Contemporain est toujours une expérience singulière. Au début, quand nous avons commencé à travailler avec le Plan de Diffusion, nous avons détecté le besoin d'établir une vraie connexion entre le public avec ses émotions et l'œuvre d'Art. Jusqu'au moment il y avait pour les écoliers des visites avec une nuance traditionnelle, mais au moment de l'Évaluation nous avons vu que le public n'entrait pas en contact avec l'œuvre d'Art.

En commençant avec les objectifs de contenu (termes clés d'Art, technique, méthodes, outils, perspective, etc. Mouvements Artistiques, Art Classique, Figuratif, Avant-Garde, Abstraction, Postmodernisme, etc.) on veut arriver à une compréhension de l'Art qui procède des émotions personnelles. Nous désirons que le visiteur s'identifie avec l'œuvre d'Art et « se l'approprie ».

Avec les données strictement techniques de l'œuvre d'Art (auteur, vie, œuvre, caractéristique d'une œuvre d'Art en particulier, etc.), on réalise une explication qui finit avec une petite interprétation absolument émouvante et personnelle (des auditions, des lectures, des travaux manuels, etc. qui finalement complètent et personnalisent l'œuvre d'Art. On prétend que le public SENTE. Et on doit souligner que ces activités ne sont pas destinées à un public érudit, (pour ce genre de public il y en a d'autres bien nombreuses). Nos activités sont destinées au citoyen courant, et aussi aux groupes défavorisés pour lesquels il n'y a pas beaucoup d'activités de ce genre (surtout d'Art Contemporain, qui est plus cryptique et élitiste). Beaucoup d'handicapés de la vue ont joui en touchant l'œuvre de García Donaire ou celle d'Adrián Carra. Des femmes victimes de cancer du sein ont écrit des petites rédactions, qui ont lu à voix haute, auprès du tableau « Muchacha en la Playa » (Fillette à la plage) de A. López.

Contexte de la mise en œuvre :

Valdepeñas est une ville avec une offre culturelle importante, avec des bonnes communications et un niveau de visites touristiques intéressant. Il y a des musées, des pinacothèques, un patrimoine architectonique (civil et religieux), et un site archéologique. D'autre part les propres citoyens peuvent reconnaître leurs caractères d'identité au site archéologique.

Le contexte particulier du Musée Municipal est celui d'un musée placé au centre-ville, bien connu pour tout le monde. À son intérieur on peut trouver des restes du site archéologique Cerro (colline) de las Cabezas (de culture ibérique). Et aussi on peut trouver des œuvres d'Art Contemporain en provenance de l'Exposition Internationale d'Arts Plastiques (fonds d'acquisition et prix) et l'œuvre des peintres locaux : Ignacio Crespo Foix, Óscar García Benedí et Francisco Nieva.

Avant de commencer (il y en a déjà deux années et demie environ) avec le Plan de Diffusion : on a observé que le public qui va au Musée, n'était pas satisfait avec la visite. Le public connaissait la richesse du musée et l'appréciait, mais il demandait une autre chose. C'est pour cela que nous avons fait des sondages et des études et nous avons vérifié le détachement émotionnel et intellectuel avec les œuvres exposées au Musée.

Public cible :

Les visiteurs sont de la ville et des alentours de Valdepeñas, et aussi de la Région (Castilla-La Mancha) et d'autres régions proches telles que Madrid et Andalousie. Aussi, à une moindre échelle d'autres régions et d'autres pays.

Cependant, on a plusieurs d'expériences de divulgation avec des auditoires captifs et non-captifs. Les auditoires captifs viennent des centres scolaires de Valdepeñas et son alentour (bien que les dernières années arrivent de toute la région de Castilla-La Mancha).

Pour ce type d'auditoire on s'adapte aux contenus du curriculum scolaire de chaque cours et niveau.

Par rapport aux auditoires non-captifs on doit signaler que le profil de visiteur est d'âge moyenne (25-55 ans), des deux sexes, avec un niveau culturel moyen-haut et avec des grandes expectatives.

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Évidemment et si on se rapporte à la définition de Patrimoine comme « cela qui nous appartient », rien aurait aucun sens, sans les travaux de diffusion de qualité. Avec ces travaux le public peut se trouver en même temps lié à son Patrimoine et à son Territoire.

Par ailleurs, dès le début on pensa aux groupes défavorisés pour la mise en valeur du patrimoine ; associations de femmes au foyer (asociaciones de amas de casa), de victimes de violence domestique, handicapés ; lesquels ont plus de problèmes pour y accéder de façon physique et intellectuelle.

L'outil choisi pour la communication au public en tenant compte du contexte original est l'Interprétation du Patrimoine.

Ce dernier profil correspond au visiteur modèle (standard), pendant une visite libre au week-end. Malgré cela, on ne peut pas mépriser le fait de recevoir plusieurs groupes locaux, associations culturelles, etc.

Dans l'idéal, il serait bon d'agrandir la potentialité des visiteurs à fin que notre offre arrive à plus des personnes. Par exemple à d'autres régions, à d'autres centres sociaux et culturels et à d'autres centres d'enseignement, tels que les universités.

Et essentiellement grâce à l'accessibilité physique et intellectuelle du Musée et les activités qu'y ont lieu, on souligne la nécessité de continuer en offrant nos services pour les groupes défavorisés (prisons, centres d'accueil de jour, centres sociaux, établissements d'enseignement spécialisé, etc.).

Objectif de la démarche :

Compréhension de certaines méthodes de gestion, exécutés par les organismes qui sont les titulaires du patrimoine.

- Encouragement de la compréhension et de l'amour envers notre passé par la part du public.
- Identification des caractères identitaires d'un peuple à l'intérieur de son territoire à travers des traces visibles de son histoire lointaine et des manifestations artistiques plus proches.
- Conservation des restes archéologiques, les preuves matérielles des anciennes cultures et concrètement les pièces exposées et conservées au Musée Municipal.
- Amour, connaissance et jouissance des œuvres d'Art Contemporain exposées et conservées au Musée Municipal.
- Lien physique et intellectuel entre la visite au site archéologique et le Musée Municipal.

Résultats :

Ces deux dernières années et demie on a vérifié avec plaisir une plus grande complicité du visiteur et des gens de Valdepeñas avec son musée.

La participation du public aux activités offertes est très satisfaisante, non pas seulement parce que les systèmes d'évaluation (initiale et finale et diachronique) nous le montrent, sinon à cause d'une autre chose... En plusieurs occasions nous encourageons le public à « utiliser » le Musée, à le jouer, à « goûter » tout cela qu'on y trouve, afin de trouver un abri pour les problèmes quotidiens. Et ainsi « mettre un frein » au stress de la vie actuelle. Il est curieux de constater l'augmentation du nombre de personnes qui déambulent, rêvent, contemplent avec fascination une œuvre d'Art que peut-être on l'a expliqué le dernier jour... Ils rentrent pour se « l'approprier ». Ceci est, sans doute, le meilleur résultat.

Perspective d'usage et dissémination :

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

Les perspectives d'avenir se détermineront par l'action future du pouvoir politique sur le site archéologique Cerro de las Cabezas.

À notre avis, il est essentiel -d'après la définition de Musée proposée par l'ICOM1- de destiner une section du musée à la divulgation.

Il serait très intéressant de transmettre notre travail (Interprétation du patrimoine) à d'autres musées de la région ou du pays. Nous sommes sûrs que nous avons été innovateurs en l'implémentation de cette technique de communication à l'échelle nationale.

Il serait convenable de continuer le travail de divulgation et de l'offrir à des nouveaux groupes (Universités, Associations culturelles, Entreprises de tourisme de notre alentour, tour-opérateurs, etc.).

Actions liées :

Visites aux musées de la Ville :
D'abord ; la Colline (Cerro de las Cabezas).

Là-bas, les visiteurs pourront visiter le Centre d'Interprétation et le site archéologique. Il est essentiel de joindre les deux visites pour pouvoir comprendre l'œuvre et son contexte. De la même manière pourront choisir visiter les Salles d'Art Contemporain.

- Visite au Musée du vin (museo del vino). Au parcours de la visite au site archéologique on offre aux visiteurs des données sur la culture de la vigne à l'époque ibérique ; ses incidences et son importance au contexte de l'Antiquité. La visite au Musée du vin est très approprié pour
- « associer » histoire et présent de la réalité de Valdepeñas ; une ville attachée à la culture de la vigne et du vin.
- Musée de la Fondation Gregorio Prieto. Le visiteur pourra profiter de la collection du grand peintre de Valdepeñas.
- Visite à la ville; patrimoine religieux (Église de l'Assomption, Couvent des Trinitaires, Chapelle de Saint- Joseph, Eglise du Christ...) et patrimoine civil avec une belle randonnée aux bâtiments de XIXème siècle.
- Le Parcours des Sculptures; permet au visiteur de connaître la ville en se promenant par la ville et en découvrant un musée vivant et permanent au milieu de la ville.
- Caves à visiter (Arúspide, Corcovo, Dionisos, etc.). Le visiteur pourra faire des dégustations des vins de
- Valdepeñas

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Italie : Balcon- belvédère : le “saut de Ventimiglia”

Intitulé de la bonne pratique :

Balcon- belvédère : le “saut de Ventimiglia”.

Travaux pour la réhabilitation du balcon- belvédère situé Via Francesco Ventimiglia, et mesures d'amélioration de l'impasse Mendolilla.



Contact :

Institution et / ou personne :

Municipalité de Geraci Siculo (Pa)

e-mail: info@comune.geracisiculo.pa.it
 Mairie : Téléphone 0039 0921643080 e-mail: iuppaluigi@gmail.com
 e-mail: karm@inwind.it M.me Carmela Musciotto (architecte) ; M. Giuseppe Chichi

Résumé de la pratique :

Mesures d'amélioration urbaine d'une partie des vieux quartiers de Geraci Siculo en réalisant un balcon-belvédère qui donne sur un paysage typique sicilien, situé dans un endroit dont l'importance historique est très grande ; aménagement d'un centre d'information pour les visiteurs.

Le projet a permis de redécouvrir la longue histoire de Geraci Siculo et a contribué à renforcer l'esprit d'identité et d'appartenance à la communauté locale.

L'utilisation d'un langage architectonique et de matériaux pas traditionnels a rendu l'œuvre fortement reconnaissable dans le contexte urbain et territorial.

Grace à cette œuvre le nombre des touristes et, par conséquence, l'emploi augmentera.

Contexte de la mise en œuvre :

Le balcon- belvédère se trouve dans le vieux quartier de Geraci Siculo, Vicolo Mendolilla ; il est situé où, selon la tradition historique, en 1337 le comte de Geraci Francesco I Ventimiglia, poursuivi par les troupes royales de Pietro II d' Aragona, se lança avec son cheval en tombant dans le très profond précipice situé en-dessous.

Public cible :

Le” saut de Ventimiglia “et le centre d'informations permettent d'allier les connaissances histoire-culturelles et la mise en valeur du milieu naturel ; en effet, depuis le balcon- belvédère on peut admirer un immense et magnifique territoire qui fait partie du Parc des Madones.

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

<p>En respectant les typologies des anciens bâtiments, le projet a transformé l'impasse, jusqu'à ce moment-là utilisé pour les débris, en un point panoramique ouvert sur la vallée ; depuis ce balcon on peut voir le sommet de l'Etna, le volcan actif le plus haut en Europe.</p> <p>En abattant le mur qui fermait l'impasse, on a réalisé une passerelle en verre de trois mètres environ ; ça donne l'impression de revivre métaphoriquement le saut dans le vide de Francesco Ventimiglia.</p> <p>À côté du balcon- belvédère, au rez-de-chaussée de l'édifice qui abrite la bibliothèque communale, il y a un centre d'informations où on peut admirer des bas-reliefs en terre cuite qui racontent l'histoire de Geraci ; il y a aussi un emplacement multimédia.</p>	<p>Pour projeter cette œuvre il a fallu :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des connaissances d'histoire; - des connaissances techniques et professionnelles. <p>Pour favoriser l'usage de l'œuvre il faut des connaissances du territoire, de l'histoire et de la culture locale.</p>
<p>Objectif de la démarche :</p> <p>L'œuvre est destinée aux habitants de Geraci Siculo (en particulier aux jeunes) et aux visiteurs qui pourront apprendre l'histoire du village et de toute sa communauté.</p> <p>Le but de la municipalité de Geraci Siculo et des auteurs des projets était d'allier les aspects de la recherche historique avec les mesures d'amélioration urbaine du site ; et encore, ils ont voulu réaliser une œuvre publique qui, déjà pendant la phase d'élaboration, repère la modalité de son usage et sa gestion.</p>	<p>Résultats :</p> <p>Le "saut de Ventimiglia" et le centre d'informations permettent d'allier les connaissances histoire-culturelles et la mise en valeur du milieu naturel ; en effet, depuis le balcon- belvédère on peut admirer un immense et magnifique territoire qui fait partie du Parc des Madonies.</p>
<p>Perspective d'usage et dissémination :</p> <p>Le but de la municipalité de Geraci Siculo et des auteurs des projets a été celui d'allier les aspects de la recherche historique avec les mesures d'amélioration urbaine du site ; et encore, ils ont voulu réaliser une œuvre publique qui, déjà pendant la phase d'élaboration, repère la modalité de son usage et sa gestion.</p> <p>La réalisation de cette œuvre démontre que l'architecture contemporaine de qualité, qui utilise des formes et des matériaux pas traditionnels, est tout à fait compatible avec les vieux quartiers et avec le milieu rural ; ou plutôt elle peut contribuer à les mettre en valeur.</p> <p>La réalisation de cette œuvre a permis :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la redécouverte de l'histoire et des traditions locales ; - la compréhension de l'histoire visant à mettre en valeur le patrimoine culturel local pour en pouvoir jouir ; - l'amélioration urbaine du site. 	<p>Actions liées :</p> <p>Le centre d'informations annexe au balcon- belvédère pourra se mettre en liaison avec les autres offices de tourisme voisins, en faisant partie du circuit de visite du Parc des Madonies.</p> <p>Puisque l'œuvre a été conçue pour améliorer le vieux quartier, avant de l'insérer dans le Plan triennal des travaux publiques, on a acquis les suggestions des citoyens et des parties prenantes pour sa réalisation.</p>

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Portugal : Interprètes de l'Arouca Geopark

Intitulé de la bonne pratique:
 Interprètes de l'Arouca Geopark



Institution et / ou personne:

AGA – Associação Geoparque Arouca (association geoparque Arouca)

ADRIMAG – Associação de Desenvolvimento Rural Integrado das Serras de Montemuro, Arada e Gralheira (groupe d'action locale)

Contact:

Nom : António Duarte

Adresse : AGA – Associação Geoparque Arouca, Rua Alfredo Vaz Pinto, 4540-118 Arouca

Coordonnées: aduarte@geoparquearouca.com

Résumé de la pratique:

L'action de formation « interprètes de l'Arouca Geopark » a pour objectif de former des interprètes capables de transmettre des connaissances sur le territoire de façon qualifiée.

Contexte de la mise en œuvre:

Au cours de dernières années, on a assisté à une augmentation des visiteurs de la région. Une grande partie des visites touristiques se réalisent en groupe et on constate le manque d'interprètes du territoire, pour faire des visites guidées.

On assiste à une demande de plus exigeants et mieux informées et on a besoin d'une offre nécessairement plus qualifiée.

Public cible:

Techniciens dans le domaine du tourisme, hôtels, restaurants e musées.

Objectif de la démarche:

Comprendre e interpréter le patrimoine de la région.
 Promouvoir la conservation de la biodiversité et de la géodiversité.
 Donner des informations sur les activités culturelles, économiques sur le territoire.

Résultats:

Une offre de techniques qualifiées des «ambassadeurs du territoire».

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Perspective d'usage et dissémination:

- Actions de sensibilisation
- Présentation sur l'internet
- Presse régionale
- Office de tourisme

Actions liées:

- Actions de formation
- Visites d'étude
- Créer réservations touristiques

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Portugal : Concours « Le meilleur pain fait à la maison »

<p>Intitulé de la bonne pratique: Concours « Le meilleur pain fait à la maison »</p>	
<p>Institution et / ou personne: AGA – Associação Geoparque Arouca (association geoparque Arouca) Câmara Municipal de Arouca (la Mairie) ADRIMAG – Associação de Desenvolvimento Rural Integrado das Serras de Montemuro, Arada e Gralheira (groupe d'action locale)</p> <p>Contact: Nom : Vera Magalhães Adresse : AGA – Associação Geoparque Arouca, Rua Alfredo Vaz Pinto, 4540-118 Arouca Coordonnées: vmagalhaes@geoparquearouca.com</p>	
<p>Résumé de la pratique:</p> <p>Le goût traditionnel et inimitable du pain fait à la maison, fait avec des ingrédients naturels et les secrets de sa confection, donne lieu au concours « Le meilleur pain fait à la maison », qui vise à encourager la production de pain traditionnel, soulignant un produit local important – le maïs.</p>	
<p>Contexte de la mise en œuvre: Ce concours est venu de la nécessité de préserver la forme traditionnelle du pain et encourager la production de pain traditionnelle de la population du territoire Arouca Geopark pour l'évaluation des ressources et des produits locaux.</p>	<p>Public cible: Population/habitants du territoire.</p>
<p>Objectif de la démarche: Mise en place d'actions de sensibilisation auprès de la population pour la récupération et la préservation des connaissances et le partage avec les jeunes générations.</p>	<p>Résultats: Enrichissement de la cuisine locale. Développement de l'économie locale. Respect des traditions de la région.</p>

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

La création d'un concours comme incitation à l'appréciation de ce produit.
La création d'un point de vente pour l'écoulement des produits contribue
au développement de l'économie locale.

Perspective d'usage et dissémination:

- Actions de sensibilisation
- Présentation sur internet
- Presse régionale
- Office de tourisme

Actions liées:

- Point de vente
- Foire des produits locaux

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Royaume-Uni : Restauration du paysage de Cally

Intitulé de la bonne pratique :

Restauration du paysage de Cally



Contact :

Institution et / ou personne :

Gatehouse Development Initiative

Nom : David Steel

Adresse : Gatehouse Development Initiative
 56 High Street, Gatehouse of Fleet

Tél : +441557814458

Courriel : GDI@gatehouse-of-fleet.co.uk

Résumé de la pratique :

Au milieu du dix-huitième siècle la famille Murray de Broughton a construit un nouveau château sur leur propriété à Cally, près de Gatehouse of Fleet. Pendant les années suivantes, la famille a entouré le château d'un paysage idéal dans le style de Lancelot « Capability » Brown. En 1933 Cally était vendu à l'état (The Forestry Commission). La plupart du parc était replanté d'arbres et les aspects importants du paysage étaient perdus au cœur de la nouvelle forêt.

Depuis 2008, Gatehouse Development Initiative, travaillant en partenariat avec Forestry Commission et d'autres acteurs locaux, a entrepris une série de projets afin de restaurer des éléments du paysage idéal du XVIII siècle, de l'interpréter, d'encourager les habitants et les visiteurs de redécouvrir les éléments clefs du paysage. Le but est de valoriser un aspect important du patrimoine bâti et naturel du territoire.

La mise en œuvre du concept de restauration du paysage de Cally se déploie de la façon suivante :

- En 2008 GDI a produit un plan de gestion (Designed Landscape of Cally Management Plan). Ce plan a souligné des priorités et GDI a commencé à chercher les fonds pour mettre des projets de restauration en marche.
- Le premier pas était la production d'un petit livre populaire sur l'histoire de Cally, *Cally Story* avec une large diffusion locale. Le document populaire a été suivi par des articles plus académiques, et les exposés valorisant Cally aux chercheurs.
- En 2008 GDI a fait un recensement des murs en pierre sèche qui entourent la propriété (Boundary walls) et a noté les murs les plus visibles ou les plus intéressants.

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

- Les volontaires ont fait les travaux préliminaires et puis, une fois le financement étant en place, les artisans ont commencé la reconstruction (Cally Boundaries Project).
- Pour sensibiliser les volontaires, les écoliers et autres, des cours de formation étaient offerts.
- En 2010 la restauration d'une vieille école a commencé.

- -Entre 2012 et 2014 d'autres murs en pierre sèche ont été reconstruits.
- -En 2014 la conservation d'un bâtiment protégé, Cally Temple, a commencé. Avant de commencer les travaux, des volontaires ont étudié l'histoire du bâtiment et ont fait un rapport sur les fouilles au tour du bâtiment.
- -Pour mieux informer le visiteur des différents éléments du paysage de Cally un dépliant a été publié, les détails des projets sont exposés dans Mill on the Fleet Visitor Centre, le site web de Gatehouse of Fleet et Facebook sont utilisé pour tenir la population au courant.
- -Afin de sensibiliser la population locale au patrimoine naturel et bâti de Cally, un programme d'information et d'éducation a été élaboré. Un poète est en place pour organiser des groupes de travail avec le but d'inspirer les gens au moyen de la poésie. Les résultats sont disponibles sur le site web de Gatehouse www.gatehouse-of-fleet.co.uk
Des promenades guidées sont en train d'être organisées afin de former des « ambassadeurs de Cally »

Contexte de la mise en œuvre :

Cally se trouve dans une liste nationale de paysages conçus et jardins (Inventory of Designed Landscapes and Gardens). La propriété se trouve aussi dans une zone de beauté nationale (Fleet Valley National Scenic Area) et dans une biosphère (Galloway and South Ayrshire Biosphère). Un Comité de gestion composé des acteurs locaux (Forestry Commission, Cally hôtel et autres propriétaires, GDI, Dumfries and Galloway Council et autres organismes surveille la mise en place du plan de gestion.

GDI a été responsable des financements des projets. Les subventions sont venues principalement de LEADER et du fond "Heritage Lottery".

Public cible :

- Population/ habitants du territoire et visiteurs
- Acteurs territoriaux, locaux
- Public scolaire / jeune
- Ville de Gatehouse of Fleet
- Acteurs économiques intervenant dans le domaine de l'environnement, le patrimoine bâti et naturel, de l'artisanat, de l'agriculture ou du tourisme

Objectif de la démarche :

- Faire la recherche nécessaire pour comprendre le patrimoine
- Donner à voir et à comprendre ce qui, jusque-là, était inaccessible, soit physiquement, soit en termes de compréhension, voire même parfois les deux.
- Sauvegarder des aspects du patrimoine bâti et naturel
- Valoriser le tourisme local en rendant les approches de Gatehouse plus attrayantes et en rendant les promenades plus intéressantes.
- Employer des artisans à reconstruire les murs en pierre sèche et donner l'occasion aux volontaires de comprendre le savoir-faire.
- Employer des maçons à conserver les vieux bâtiments, en utilisant les techniques traditionnelles.

Résultats :

- Conservation d'aspects importants du paysage local
- Une réappropriation, par la population locale, de lieux et d'espaces, en lien direct avec la vie du territoire ; une appropriation/réappropriation du sens du lien entre « lieu » et « population »
- Une découverte, par les visiteurs, d'espaces peu médiatisés jusqu'alors
- Des actions de formation
- Des visites guidées

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

<ul style="list-style-type: none"> - Former des ambassadeurs, qui porteront la connaissance de ce patrimoine 	<ul style="list-style-type: none"> - Une bonne visibilité et lisibilité du patrimoine à travers un ensemble d'actions pédagogiques et communicationnelles. - Une édition d'une documentation dédiée
<p><u>Perspective d'usage et dissémination :</u></p> <p>Mise en place d'actions de sensibilisation et de communication autour du concept de « Paysage de Cally », auprès de tous les acteurs susceptibles d'utiliser le « Paysage de Cally » : organisation de visites guidées, accueil de scolaires, sensibilisation du public au moyen de l'écriture créative, création de panneaux descriptifs et exposition au Mill on the Fleet, édition de documents de communication, utilisation de moyens de communication tels que Facebook.</p>	<p><u>Actions liées :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Actions de diffusion-promotion de Fleet Valley National Scenic Area et Galloway and South Ayrshire Biosphere - Actions de formation en matière de protection de l'environnement et de techniques de restauration respectueuses du bâti traditionnel

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
 « RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

Pologne : « Sur les traces du passé de la commune de Podedwórze. Monographie historique. »

Intitulé de la bonne pratique:

« Sur les traces du passé de la commune de Podedwórze. Monographie historique. »



Institution et / ou personne :

Commune Podedwórze

Contact :

Adresse : Gminna Biblioteka Publiczna w Podedwórze
 Podedwórze 48/4

E-Mail: gbp@podedworze.pl

Résumé de la pratique :

La commune de Podedwórze possède un riche patrimoine historique, culturel, naturel et architectural mais l'accès difficile aux documents écrits historiques et la faible connaissance des valeurs de la région détermine de façon négative la situation culturelle de la commune. L'objectif du projet « Sur les traces du passé » était de transmettre le savoir et les compétences des habitants âgés qui se rappellent des événements historiques et celle des gens qui connaissent les valeurs naturelles du territoire au grand public (habitants et touristes), mais aussi de sensibiliser la population à la tradition, et de promouvoir la commune de Podedwórze.

La publication consacrée à la commune Podedwórze est un travail scientifique de quatre auteurs possédant les qualifications exactes et l'expérience. Elle comprend les chapitres suivants : la géographie et la nature, l'histoire et les monuments, la langue et la culture, l'éducation et l'histoire de l'autonomie. La publication décrit la riche histoire des monuments d'architecture, présente la culture locale et parle de la nature intacte qui est abondante, des espèces rares et protégées de faune et de flore. La collection comprend 208 pages au format 240x170 mm, au relié dur et cousu. La monographie est accessible gratuitement à tout utilisateur et on peut la trouver dans la collection de la Bibliothèque communale à Podedwórze.

Contexte de la mise en œuvre :

Le projet est né en réponse aux problèmes liés avec l'accès aux documents écrits concernant l'histoire, les monuments d'architecture, la culture populaire et le patrimoine local de la nature, les informations sur l'éducation et l'autonomie, c'est-à-dire le potentiel du capital humain inexploité qui se manifestait par la disparition des

Public cible :

La monographie est distribuée et accessible gratuitement aux utilisateurs qui sont : les habitants, les invités et les touristes qui visitent la commune.

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

<p>liens sociaux et le manque de conscience des valeurs de la région. Tous ces facteurs influent négativement sur la situation culturelle de la région et rendent impossible une bonne utilisation du potentiel touristique de la commune.</p>	<p>La publication est également accessible dans la collection de la Bibliothèque Communale à Podedwórze. Elle est aussi distribuée aux bibliothèques voisines pour l'information régionale.</p>
<p>Objectif de la démarche: Rendre possible la culture de la tradition culturelle et historique communale à la population locale et aux touristes. Présenter au grand public les monuments historiques, promouvoir le patrimoine local naturel et paysager de même que l'éducation et l'autonomie.</p>	<p>Résultats :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration et édition de la publication « Sur les traces du passé de la commune de Podedwórze. Monographie historique. » - Réalisation d'une planche de promotion. - Réalisation du roll-up. - Réalisation d'affiches informant sur la publication. - Diffusion de l'information et sensibilisation de la population aux valeurs historiques et touristiques de la région. - Mobilisation des habitants à la réalisation du projet, surtout la partie âgée de la population.
<p>Perspective d'usage et dissémination:</p> <p>Les exemplaires de la monographie ont été transmis aux bibliothèques des communes avoisinantes, la publication est gratuite et accessible dans la Bibliothèque Communale et elle est distribuée aux touristes visitant la commune, aux invités et pendant les visites officielles pour promouvoir la région.</p>	<p>Actions liées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration et l'édition de la publication « L'histoire de la paroisse Opole inscrite dans le patrimoine de la région. » - Elaboration et l'édition de la publication « Quatre coins de la commune Podedwórze ».

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES

GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT « RURAL HERITAGE PROMOTER »

LIVRET DES BONNES PARTIES

Résumé

Le programme de "Rural Heritage Promoter" a trouvé un fort soutien et il est apparemment d'un très grand intérêt dans les pays partenaires.

Les "bonnes pratiques" démontrent une grande diversité dans l'interprétation du devoir commun: sensibiliser le citoyen rural aux valeurs du patrimoine.

Les exemples des "bonnes pratiques" nous montrent que la valorisation du patrimoine est une demande universelle tout en dépendant des spécificités, des caractéristiques et des attentes territoriales.

Qu'il s'agisse de "bonnes pratiques" sur le plan d'une meilleure compréhension du passé, ou du domaine de l'intégration d'un grand public à la reconstruction du territoire ou à la connaissance approfondie des traditions, aussi bien par une élaboration d'une publication ou d'un autoguide, toutes ces initiatives ont un but en commun:

- Impliquer les citoyens à la sauvegarde et à la promotion du patrimoine.

Ainsi, tous les responsables européens qui eux cherchent des idées pour une réalisation d'un projet visant à impliquer les citoyens dans la valorisation du patrimoine sont invités à se servir des idées et des initiatives de ce programme des "bonnes pratiques".

**GRUNDTVIG PARTNERSHIP PROJECT
« RURAL HERITAGE PROMOTER »**

LIVRET DES BONNES PARTIES