

MAIRIE DE BOULOGNE-BILLANCOURT

CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL LOCAL

AVIS ET RAPPORTS

Assemblée Générale

6 juin 2011

La valorisation du patrimoine touristique

Avis présenté par

Alain Dumont

Section Développement économique

Membres du groupe de travail :

Alain Dumont, Vice Président Section Développement économique ;

Tristane Banon, Claude Gasné, Laurianne Rossi, rapporteurs ;

Christine Boquet Ducatte, Catherine Croquez, Ghislaine Garin-Ferraz, Sandra Kuntzmann-Burgo, Jean-Marie Le Balc'h, Yves Lelièvre, Fanny Letourneux, Christelle Nau, Florence Paris, Marie-Renée Pibouin, Carole Pineau Nagata, Christian Ribadeau-Dumas, Jean-Pierre Spitzer, Henry Wanecq, conseillers.

SOMMAIRE

Introduction (page 3)

Propositions (page 4)

Annexes (page 6)

-Inventaire du patrimoine

-Parcours des années « 30 »et parcours industriel en image et parcours cinéma

-Espace Landowski : une évocation dans la nef du parcours artistique des différents membres de la famille

-L'importance des « réseaux »

-Qu'est ce qu'un CIAP (centre d'interprétation et d'architecture du patrimoine) ex : Ville de Chambéry

-Signalétique

-Budget

-Extraits d'entretiens (élus et fonctionnaires de la ville)

-Rencontre avec les hôteliers

INTRODUCTION

Si l'on s'interroge sur le « patrimoine touristique de notre ville », on est tenté de voir une présentation exhaustive et attrayante. dans le Guide édité en septembre 2009 « Boulogne-Billancourt, Ville d'Art et d'Histoire », *Musées, Monuments, Promenades* (Ed. du Patrimoine / Centre des Monuments Nationaux).

Cependant, la conception de l'ouvrage, le concept même des « promenades au fil des rues », ne permettent pas de hiérarchiser ce qui est le plus attractif pour un développement touristique. Sur quels monuments miser, non seulement pour l'agrément des Boulonnais, mais pour déplacer des visiteurs étrangers à la ville, à la région parisienne, à la France ? Sur quels lieux de mémoire ? Pour quelles activités de culture et/ou de loisir ? Et s'il faut choisir, à partir de quels critères économiques, touristiques et culturels proposer des choix pour une meilleure politique publique ?

Conformément à la *lettre de cadrage* rédigée le 20 janvier 2011, la section a cherché à clarifier les concepts et les dénominations à utiliser dans la réflexion collective : cette clarification sera utile pour esquisser la « réappropriation » d'une ville qui change et qui veut s'assurer de son avenir sans brader son passé, et élaborer une communication volontariste mais cohérente. Il appartiendra aux élus de valider cette démarche.

Naturellement, la section a procédé à un état des lieux, en interrogeant les acteurs de la vie culturelle, de la conservation et de l'animation du patrimoine, de la diffusion touristique : les élus, les institutions et les services. De beaux atouts ; quelques faiblesses aussi, une lacune de gouvernance, des ambiguïtés, auxquelles il conviendrait de remédier pour gagner un surcroît de dynamisme dans la valorisation du patrimoine touristique dans laquelle beaucoup sont déjà engagés.

Des pistes sont apparues pour rédiger des recommandations, après avoir examiné des exemples de bonnes pratiques dans des communes voisines ou plus éloignées. Des liens avec des réseaux professionnels et institutionnels sont conseillés, à cultiver dans la durée, pour ne pas affronter seuls les défis du futur, ou tout simplement les aléas de la vie économique et sociale. Des solutions de financement ont été recherchées.

PROPOSITIONS

1) Renforcer les institutions existantes

• Renforcer et valoriser la création de l'Office de Tourisme en lui faisant pleinement jouer un rôle de vitrine du patrimoine touristique bouloonnais. Désormais doté de ressources propres (taxe de séjour, cotisations d'adhérents, produits de vente...), l'Office de tourisme doit se tourner vers l'extérieur, informer, répondre aux questions et attirer les touristes, sans oublier le tourisme d'affaire. Pour mener à bien ces missions, il doit s'attacher un personnel compétent, en nombre suffisant pour assurer une présence maximale et fournir une information traditionnelle (presse, affiches, plaquettes, guides, dépliants, plans de la ville de format poche mettant en valeur le patrimoine, l'hôtellerie, les stations de transport) et plus novatrice basée sur les nouvelles technologies (un site Internet dynamique et interactif proposant des applications).

(cf. Annexes page 25 et suivantes.)

• Se doter d'un véritable Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine (CIAP)

Son installation est un engagement pris lors du dépôt de dossier pour obtenir le label des Villes d'Art et d'Histoire. Son existence incombe à la ville qui a obtenu, à ce titre, une subvention de 200 000 euros de la DRAC, un reliquat de 70 000 € restant disponible. Un CIAP doit être un outil local de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine et doit permettre de comprendre la ville, de sensibiliser les publics locaux, ou non, à la qualité et à la variété architecturale de la commune. C'est un « lieu ressource » pour la ville (habitants anciens ou nouveaux, touristes, architectes, enseignants, chercheurs...). Il serait intéressant, à l'image du Pavillon de l'Arsenal parisien, que nous associions notre CIAP à une démarche muséale. Par ailleurs, pourquoi ne pas l'inclure dans l'Espace Landowski, facilement accessible et le faire ainsi entrer de plain-pied dans l'espace culturel. Quelle que soit sa forme, nous nous devons d'avoir un véritable CIAP représentatif de notre patrimoine culturel et accessible pour tous, c'est une priorité. (cf. Annexe page 16)

2) Créer les conditions d'une véritable visibilité du patrimoine muséal et architectural

• Se rapprocher des acteurs et réseaux pertinents en matière de valorisation du patrimoine culturel et touristique et ce, tant sur le plan international, national, régional, départemental que local (cf Annexe page 14). Intégrer les réseaux de la profession, et notamment le réseau des Villes d'Art et d'Histoire sur le site duquel nous ne trouvons à ce jour aucune information ou lien sur Boulogne-Billancourt (patrimoine, actions, parcours, etc.).

• Optimiser le Musée des Années 30 afin de lui permettre la présentation au public de l'ensemble de la collection.

• Développer les partenariats inter-musées : le Musée et les Jardins Albert Kahn avec les autres musées de la ville ; les deux Marmottan ; le musée Belmondo et les musées parisiens de sculptures (Rodin, Bourdelle, etc.) ; celui des Années 30 et d'Art moderne de Paris, l'Atelier Tony Garnier, la Cité de l'Architecture et du Patrimoine, le Pavillon de l'Arsenal... Ces partenariats pourraient prendre la forme d'événements inter-musées, de mise à disposition de documentation des uns chez les autres, d'échanges de collections, de conférences communes et de tarification réduite.

• Améliorer et rendre vie aux parcours bouloonnais existants comme le parcours des Années 30 et le parcours industriel, (cf Annexes page 9). Il conviendrait d'en réactualiser le contenu, de s'assurer de la fiabilité des parcours, de la pérennité de leur signalétique et de les moderniser (audio-guides, jeux de piste pour petits et grands...). Un ouvrage retraçant le parcours industriel commandé par la Ville à l'historien Louis Bergeron mériterait d'être édité et proposé au public, à travers les structures municipales (boutique des musées, office du tourisme) comme en librairie.

Pourrait également être envisagée l'élaboration (en partenariat avec des tours-opérateurs et des écoles d'architecture, d'histoire de l'Art, etc.) de nouveaux parcours thématiques consacrés :

- au cinéma,(cf Annexe page 10)
- à l'architecture de brique,
- à la sculpture et aux sculpteurs boulonnais,
- aux grands architectes (Mallet-Stevens, Le Corbusier, Pouillon, etc.),
- aux rives de Seine (ce parcours pourrait ensuite être inséré dans les guides de randonnées d'Île-de-France),
- aux personnages célèbres ayant vécu à Boulogne-Billancourt.

• Multiplier les prêts issus des collections du Musée des Années 30 afin de développer sa notoriété. Ses sous-sols regorgent de merveilles. Il faut donner au musée les moyens d'en publier les œuvres sur le site du ministère de la Culture (base de données « Joconde ») en favorisant la poursuite de l'inventaire réalisé. Des expositions « clé en main » ont été et devront être prêtes à voyager telle que « Sculpture'Elles » qui, pour raison de crise, n'a pu aller au musée « Women in the Art Museum » de Washington et à la Fondation Gubelkian de Lisbonne. Il y a eu 45 prêts en 2010 dans différents musées (11 expositions : 4 en France et 7 à l'étranger dont le musée Guggenheim de Bilbao, Tokyo, Kobe, Valladolid).

• Accentuer la recherche de mécénat auprès d'entreprises (ex. soutien de Yoplait pour l'exposition Sculpture'Elles, d'ADP pour le parcours tactile du musée Belmondo, projet de mécénat de la Banque Transatlantique pour l'exposition Gaston Suisse) et d'institutions (Alliance française de New York à faire vivre et à étendre vers d'autres Alliances françaises, celle de Tokyo par exemple) (Cf. Annexe page 20.)

• Raviver et valoriser le souvenir des Landowski :

- Parcours didactique de la carrière de Paul et Marcel Landowski dans la nef de l'Espace Landowski avec ponctuellement pour fond musical des œuvres de Marcel fils de Paul,
- Reproduction et exposition permanente des œuvres les plus connues : Sun Yat-Sen, le Christ du Corcovado, Sainte-Geneviève, fontaines de la porte de Saint Cloud etc. (cf Annexe page 11)

3) Créer les conditions d'un meilleur accès à l'information

• Optimiser le fonctionnement de l'Office de Tourisme et inscrire résolument son action en direction d'un public non boulonnais et de touristes (cf extraits d'entretiens).

• Généraliser le recours à l'information numérique : création de sites Internet en plusieurs langues, généraux (Office de Tourisme et Ville) et dédiés (musées de Boulogne-Billancourt), sans oublier les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.) et éventuellement les applications à télécharger.

• Éditer ou rééditer toute la « littérature » traditionnelle et technique dans ce domaine (guides généraux et particuliers, plans de ville renseignés avec géolocalisation des sites touristiques, cartes postales, affiches, etc.).

• Constituer un dossier de presse permanent sur l'ensemble de la question.

• Revoir entièrement la signalétique urbaine des musées et des parcours.(cf Annexes page 9 et 18)

ANNEXES

Inventaire du patrimoine (page 7 et 8).

Parcours des Années 30 et parcours industriel en image (page 9)

Un parcours du cinéma (page 10)

Espace Landowski : une évocation dans la nef du parcours artistique des différents membres de la famille (page 11)

L'importance des « réseaux » (page 14)

Qu'est ce qu'un CIAP (Centre d'Interprétation et d'Architecture du Patrimoine)
ex : Ville de Chambéry (page 16)

Signalétique (page 18)

Budget (page 20)

Extraits d'entretiens (élus et fonctionnaires de la ville) (page 25)

Rencontre avec les hôteliers (page 30)

Inventaire du patrimoine

Musées

- Musée des Années 30 (MA 30)
Espace Landowski, avenue André Morizet
Musée consacré à l'ensemble des créations artistiques de l'entre-eux-guerres et plus largement de 1910 à 1950.
Fréquentation : 93 000 visiteurs en 2010
- Musée Paul Belmondo :
Situé dans le château Buchillot, ce musée est dédié principalement à l'œuvre du sculpteur Paul Belmondo mais également à la sculpture figurative du XXème siècle.
Fréquentation : 16 000 visiteurs sur 4 mois d'ouverture en 2010.
- Bibliothèque Paul-Marmottan :
Place Denfert Rochereau
5 000 visiteurs en 2010
- Musée-jardin Paul Landowski :
Rue Max Blondat
Ancienne maison-atelier du sculpteur Paul Landowski aménagée en musée dédié à son œuvre.
730 visiteurs en 2010
- Musée-Jardins Albert Kahn : musée départemental comprenant une collection de photos et de films du monde entier ainsi que des jardins réalisés suivant des thèmes inspirés de différentes régions du monde.
Fréquentation : environ 120 000 visiteurs en 2010.
- Expo-musée Renault : 27 rue des Abondances
Musée consacré à l'histoire de Renault à Billancourt.

Architecture des années 30

Une trentaine d'immeubles, hôtels particuliers ou bâtiments réalisés par des architectes renommés (Le Corbusier, Mallet-Stevens, Auguste Perret, Tony Garnier etc.....), situés pour la plupart dans le quartier des Princes et à proximité du carrefour des Anciens Combattants sont répertoriés dans un parcours destiné à guider les touristes et les promeneurs.

Edifices Religieux:

- Eglise Notre-Dame des Menus ou Notre-Dame de Boulogne (classée Monument Historique en 1858).
- Synagogue, rue des Abondances, inscrite à l'inventaire des Monuments Historiques (peinture de Gustave Jaulmes 1911)
- Notre-Dame de l'Immaculée Conception, rue du Dôme.
- Eglise Sainte-Thérèse de l'Enfant-Jésus, rue de l'Ancienne Mairie.
- Eglise Saint-Nicolas, élevée en 1927, a été le Centre Culturel des 4000 russes de « Billankoursk », restaurée en 2003.

Monuments et Bâtiments remarquables :

- Usine Le Matériel Téléphonique (LMT), quai Le Gallo.
- Hôtel de Ville, architecte Tony Garnier, 1934 inscrit à l'inventaire des Monuments Historiques (inclus dans le parcours des années 30).
- Grand Place.
- Carré Belle Feuille.
- Maison Walewska, rue de Montmorency.
- Ancienne Mairie, rue de Montmorency
- 63 route de la Reine (architecte Alexandre Barret).
- Salle des fêtes, Théâtre de l'Ouest Parisien, place Bernard-Palissy.
- Ecole Saint Joseph du Parchamp.
- Maison familiale de REP : ateliers Robert Esnault-Pelterie rue des Abondances.
- Maison de repos « Les Abondances ».
- Ecole Jean-Baptiste Clément, rue de Sèvres.
- Habitat communautaire, rue de Sèvres.
- Villa des Platanes, rue Gallieni.
- Blanchisserie, rue Reinhardt.
- Maison de maître, rue Fernand Pelloutier.
- Ancienne usine Elizabeth Arden, rue de Billancourt.
- HBM (habitation à bon marché), rue de Billancourt.
- HBM, avenue du Général Leclerc.
- Groupe scolaire Billancourt.
- Rue du Hameau Fleuri.
- Résidence du Point du Jour réalisée par Fernand Pouillon.
- Square de L'Avre et des Moulineaux, avenue Pierre Grenier.
- Espace Lumière, boulevard de la République.
- Quai du Point du Jour, place Abel Gance.

Autres sites :

- Parc de Boulogne Edmond de Rothschild.
- Cour du Puits rue du Parchamp.
- Square Léon Blum.
- Square des Frères Farman, rue de Silly.
- Cimetière de Billancourt (Pierre Grenier).
- Nombreuses fontaines et statues (Fontaines aux Lionnes square Farman, Fontaine de la Sainte famille, (François Stahly, résidence Salmson le Point du Jour), Fontaine des cygnes, place Denfert Rochereau (Marcel Loyeau)

Parcours des Années 30
et
parcours industriel
en image

Un parcours du Cinéma

Boulogne-Billancourt, terre du Cinéma, ville du cinéma.

Son passé tout droit issu des studios de Billancourt (Point du Jour) et de Boulogne (Silly) doit conduire la ville à restituer et célébrer son passé connu, encore présent dans les mémoires mais en passe d'être oublié.

Près de 500 films tournés dont des chefs d'œuvre majeurs : Napoléon (Abel Gance), Fantomas (P.Féjos), Madame Bovary, La Grande Illusion (J.Renoir), Hôtel du Nord (Carné), Premier de Cordée (L.Daquin), les Amants de Verone, Casque d'Or, Notre-Dame de Paris, Porte des Lilas, Le Miroir à deux faces, plus près de nous La Boum 1 et 2 (Claude Pinoteau) et beaucoup d'autres . Un hommage récent à Jean-Paul Belmondo repassait la scène culte entre l'acteur et Robert Hossein, en situation de duel, style western, dans Le Professionnel, filmé en extérieur dans les allées des jardins de la Résidence Salmson le Point du Jour.



Compte tenu de ce passé très riche, la création d'un parcours original inspiré de celui de Hollywood (ville de studios à l'égal de Boulogne-Billancourt) pourrait voir le jour. Une visite des studios de Boulogne compléterait ce parcours.

Profitant, d'une part, de la création nouvelle d'un Festival International (le festival qui donne des ailes) en sa 1^{ère} édition de 2011, avec l'appui du complexe Pathé (7 salles) et d'autre part de la présence « en ville » ou en proximité immédiate de nombreux acteurs, réalisateurs voire à en faire venir d'autres, initier des événements tels que :

- Créer une « marque au sol » nominative, à encadrer sur un site tel que, par exemple, le pourtour de la Grand Place, pour débiter et le long des Passages ensuite. (Le sol pavé est propice à ces incrustations)

Sur ces plaques évoquant les « Ailes » en référence au festival , serait inscrit le nom de l'acteur ou de l'actrice qui viendrait inaugurer sa mise en place à l'occasion du Festival International du Film de Boulogne-Billancourt mais pas seulement .

- Un tel événement peut tout aussi bien avoir lieu en continuité d'une exposition passée (Brigitte Bardot) ou à venir (Romy Schneider) et, dans ce cas, avec un acteur ayant joué avec Romy. Une autre opportunité serait une exposition au MA 30 sur le Cinéma.

- Et ainsi de suite, avec des artistes et à des occasions ponctuelles en complémentarité du Festival qui serait lui, le rendez vous annuel voué à la régularité d'une telle manifestation.

De tels événements, repris nécessairement, compte tenu des notoriétés choisies, par les médias audio-visuels (d'autant que présents sur BB) et écrits (quotidiens, magazines) créeraient, de plus, un vrai « buzz » sur le Web.

Gageons que Boulogne-Billancourt idéalement située en proximité de Paris, y gagnerait en notoriété et que les visiteurs y viendraient nombreux de Paris, d'Ile de France, de France et d'ailleurs « pour voir » ce parcours du cinéma et, sans doute, nos musées ensuite...

Espace Landowski : une évocation dans la nef du parcours artistique des différents membres de la famille.



Inauguré en 1998, l'Espace Landowski se veut un lieu d'échange, de culture, d'exposition et il accueille le Musée des Années 30, une bibliothèque, une vidéothèque et une cinémathèque.

Il est dédié à la famille Landowski, artistes boulonnais de renommée internationale.

Paul Landowski père, (1875-1961) sculpteur.

Grand prix de Rome (David Combattant), installé à Boulogne-Billancourt en 1906, connu pour ses statues monumentales : Sainte Geneviève (1928-commande Ville de Paris, Quai de la Tournelle, patrimoine mondial de l'Unesco 1991), Sun Yat Sen (commandée en 1927 par Sun Fo, fils de Sun Yat Sen, la statue et les bas-reliefs en pierre représentant les principaux épisodes de la vie du fondateur de la République de Chine est installée dans son mausolée de Nankin). Une réplique en bronze est demandée en 1965 par Taïpei (Taïwan). Elle est installée dans le Musée Sun-Yat Sen à Taïpei . C'est « sur » Sun Yat Sen, qu'un jour, peut-être, la réunification de la Chine se fera ? Et le Christ Rédempteur dit de Corcovado en collaboration avec Heitor da Silva Costa (1931- Rio de Janeiro - 600.000 visiteurs /an),

Marcel Landowski, fils de Paul Landowski (1915-1999) compositeur français.

De 1962 à 1965, il est directeur de la musique de la [Comédie-Française](#). En 1966, il est nommé par [André Malraux](#) directeur de la musique, de l'art lyrique et de la danse au [Ministère des Affaires Culturelles](#), fonction qu'il exercera jusqu'en 1975. On lui doit notamment la définition d'un plan décennal pour la musique, la création de l'[orchestre de Paris](#) en 1967 dont la direction est confiée à [Charles Münch](#), la modernisation de l'enseignement dans les conservatoires, la mise en place de classes à horaires aménagés pour la danse et pour la musique.

Conseiller municipal de [Boulogne Billancourt](#), il veilla au développement du [conservatoire municipal](#), aujourd'hui "à rayonnement régional", et il y nomme en 1972 directeur [Alain Louvier](#), tout juste lauréat du prix de Rome. Il a été Secrétaire Perpétuel de l'[Académie des Beaux-Arts](#), où il est entré en 1975, puis Chancelier de l'[Institut de France](#).

L'Espace est dédié au père Paul et à son fils Marcel, d'ores et déjà des œuvres de Paul sont exposées (ou en dépôt) au MA 30.

C'est pourquoi et compte tenu de ces deux artistes boulonnais, mondialement connus, il conviendrait d'animer l'Espace qui porte leur nom, en sa partie nef (accueil du RdC). Ce pourrait être des expositions de sculptures de Paul (originaux, reproductions « ronde bosse », esquisses, dessins etc...), des photographies de la famille faisant état de la vie des deux artistes.

Une inauguration de cette « mise en place » en l'état, aurait un retentissement de portée internationale.

Cette mise en valeur des œuvres de Paul et Marcel Landowski pourrait /devrait attirer un large public, français et étranger, plus particulièrement Chinois (Sun Yat Sen) et d'Amérique du Sud (Christ du Corcovado). Un tel contenu donnerait un vrai sens à un jumelage culturel avec ces villes.

Des œuvres musicales de Marcel Landowski pourraient être ponctuellement diffusées dans l'espace.



Paul Landowski et Sun Fo, fils de Sun Yat Sen devant les statues du « Père de la chine moderne »



Ste Geneviève et Le Christ du Corcovado
(Photos d'époque)

L'importance des « réseaux ».

Des réseaux à développer ou dans lesquels Boulogne-Billancourt pourrait s'insérer

Le groupe de travail a identifié plusieurs acteurs/réseaux pertinents en matière de valorisation du patrimoine culturel/touristique, avec lesquels BB pourrait collaborer davantage ou développer un partenariat :

Plan international:

- Unesco : demande de classement de certains sites bouloonnais tels que l'immeuble-atelier Molitor de Le Corbusier.
- Institut européen des itinéraires culturels : étudier la possibilité d'insérer Boulogne. (<http://www.culture-routes.lu>)

Plan national:

- Atout France : Né du rapprochement de Maison de la France, agence de promotion de la France à l'étranger et d'ODIT France, agence d'ingénierie touristique, ATOUT FRANCE est désormais l'opérateur unique de l'Etat dans le secteur du tourisme.
- Maison de la France, <http://fr.franceguide.com>.
- Direction des Musées de France : label « Musée de France » attribué au musée Belmondo, aux Jardins Albert Kahn, au musée des Années 30 et le musée-jardin Paul Landowski, <http://www.dmf.culture.gouv.fr>.
- La Fédération nationale des offices de tourisme et syndicats d'initiative (FNOSI) qui compte plus de 3600 membres (mais pas Boulogne). <http://www.tourisme.fr>

Plan régional :

- Le Comité régional du tourisme d'IDF : il n'indique que deux musées à Boulogne (le musée des Années 30 et les jardins Albert Kahn) <http://www.nouveau-paris-ile-de-france.fr>
- Direction régionale des affaires culturelles (DRAC) d'IDF : elle décerne notamment un label « Jardin remarquable » que Boulogne pourrait solliciter. <http://www.ile-de-france.culture.gouv.fr/>
- Le Fonds d'Aide au Conseil et à l'Innovation touristique (FACIT) (subvention et diagnostic, géré par la délégation au tourisme de la région).

Plan départemental :

- Comité départemental du tourisme des Hauts-de-Seine (CDT 92) : il propose de nombreux circuits guidés à Boulogne ainsi qu'un Pass 3 musées départementaux dont Albert Kahn. <http://www.tourisme-hautsdeSeine.com/>

Associations de villes / Réseaux

- Le réseau des Villes d'art et d'histoire : impossible de cliquer sur Boulogne-Billancourt : pas de page dédiée, en construction ? <http://www.culture.gouv.fr/vpah/>
- La Conférence permanente du tourisme urbain : nombreuses villes membres, <http://www.tourisme-urbain.com/>
- La FNASSEM : (Fédération Patrimoine-Environnement regroupe les associations loi 1901 qui, sur l'ensemble du territoire français, se consacrent à la sauvegarde et à la valorisation d'un patrimoine bâti ou des paysages qui l'environnent, <http://www.associations-patrimoine.org/>

- La carte Musées et Monuments (Paris Museum Pass) proposée par l'association Intermusées (accès à plus de 60 musées et monuments franciliens) à laquelle Boulogne pourrait adhérer. http://www.intermusees.fr/flash/hp_fr.html
- le « Club des Villes Passion » qui propose des forfaits de découverte des villes comprenant un hébergement et un pass loisir : 12 villes actuellement adhérentes (Angoulême, Carcassonne, Chambéry, Epinal, Le Puy en Velay, Montélimar, Saintes, Sète, Troyes, Clermont-Ferrand, Saint-Étienne et Toulon). <http://www.villepassion.com/>

Salons professionnels et grand public :

- Salon mondial du tourisme à Paris
- Salon international du tourisme à Berlin (du 9 au 13 mars 2011)
- Foire internationale du tourisme de (FITUR) à Madrid
- Salon du patrimoine Carrousel du Louvre dont la 17^e édition (du 3 au 6 novembre 2011) aura pour thème « Le patrimoine dans la ville »

Qu'est-ce qu'un CIAP ? (centre d'interprétation et d'architecture du patrimoine) Ville de Boulogne et l'exemple de Chambéry (CIAP et OT)

I Définition d'un CIAP

La convention "Ville d'art et d'histoire" qui lie la ville et l'Etat stipule à l'article 2 du titre 2 que la ville mettra en place un "Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine".

Derrière cette appellation sibylline s'entendent un concept et un équipement culturel destinés à **mettre en valeur les ressources patrimoniales et architecturales du territoire**, en vue de favoriser un développement culturel profitable à tous.

Le CIAP a pour objectif de faire découvrir et comprendre la ville d'hier et d'aujourd'hui, d'éduquer le regard des citoyens et de sensibiliser à la qualité architecturale et urbaine par la présentation d'une exposition permanente sur la ville.

II Un CIAP à Boulogne-Billancourt ?

A Boulogne-Billancourt, le potentiel historique patrimonial et architectural est immense en raison principalement :

- d'une urbanisation rapide et totale, en un siècle et demi;
- d'une urbanisation contrastée et singulière (des zones très résidentielles, des zones industrielles, des zones mixtes);
- d'un changement radical d'urbanisation depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale (les activités tertiaires supplantent l'industrie).

Ces trois facteurs permettent d'envisager, d'ores et déjà, **la richesse et la singularité des sujets patrimoniaux et architecturaux à aborder**, depuis l'église Notre-Dame à l'aménagement des terrains Renault en passant par l'exceptionnel patrimoine des années 30 et le patrimoine industriel disparu.

Pour réussir le CIAP de Boulogne-Billancourt

Le CIAP serait idéalement **situé au centre de la ville et plus précisément au sein de l'Espace Landowski**. Les avantages de cet Espace sont évidents : il est à proximité d'une desserte de transports – la station Marcel Sembat- et du centre commercial les Passages ; il est accessible au public handicapé et a pignon sur rue.

Cet emplacement permettrait également au CIAP de bénéficier de la présence du cinéma, de la bibliothèque et du musée pour nouer des liens et utiliser l'amphithéâtre pour la programmation de conférences, débats...

Au sein même de ce bâtiment, l'espace dédié au CIAP nécessiterait **de 250 à 300 m²** pour accueillir :

- une salle d'exposition permanente d'environ 180 à 200 m² sur le patrimoine, l'architecture et l'histoire de la ville ;
- un centre de documentation spécialisée de 30 à 50 m² où les Boulonnais trouveraient de l'information sur les règles d'urbanisme, les projets urbains et architecturaux en cours et les thématiques patrimoniales propres à la ville ;
- une salle de 40 à 50 m² réservée aux ateliers pédagogiques (salle qui pourrait être mutualisée avec le musée, les archives et la bibliothèque) afin de mener une sensibilisation à l'architecture et au patrimoine, appropriée au jeune public.

III Un CIAP à Chambéry

Visite effectuée par Claude Gasné, Emeric Pinkowicz et Alain Dumont (14-04-11)
Cécile Verdoni : animatrice du patrimoine

Animé par 5 personnes dont une à temps plein (animatrice) et 2 à l'accueil - boutique, il s'appuie sur un réseau de 20 guides à la vacation. L'architecte conseil de la ville assure une permanence. Il est ouvert 6 jours sur 7 (fermé le lundi).

Le centre est installé dans un hôtel particulier de 600 m² sur 2 étages et il est organisé autour de salles thématiques, une bibliothèque / salle de travail.

Deux comités :

- Un Comité scientifique, composé exclusivement de bénévoles aux compétences variées (conservateurs, architectes de bâtiments de France, Education Nationale, associations patrimoniales...).
- Un Comité de pilotage qui est composé de décideurs locaux capables d'engager des budgets.

III Un Office du tourisme à Chambéry

- **(un des premiers en France, créé en 1895)**

Personnes rencontrées : René Eymard Président, Marinette Taupiac Directrice

Géré par 8 personnes (plus 2 CDD l'été) dont 3 à l'accueil

L'organisation régionale permet d'optimiser les ressources.

Le partage clair des responsabilités entre les différents intervenants de la région dans le secteur du tourisme, de la culture et du patrimoine est un réel atout.

Le CRT – Comité Régional du Tourisme- qui gère la base de données touristique – SITRA- de Rhône- Alpes alimente les OT

Le CDT – Comité Départemental du Tourisme qui anime l'APS (Assemblée des Pays de Savoie) –Communication et promotion.

L'OT a le statut d'association.

- Il anime l'activité touristique de la ville avec un budget de 650 K€ (dont 30% d'autofinancement et 500 membres cotisants). Les salaires représentent 380 K€.

- A mis en place une signalétique groupée avec l'ensemble des sites intéressants.

Participe au MITCAR (salon des tour opérateurs)

- La partie autofinancement est essentiellement constituée des cotisations des membres, des ventes en boutique (de guides, cartes, affiches...) et d'un service réceptif (partenariat avec Billetel, avec Wincar, fédérateur des agents de voyage et des tours-opérateurs). Atout France assure le lien avec les TO.

- Un site web (11000 connections mensuelles),100.000 visiteurs renseignés/an

Un EPIC va être créé (phase de réflexion). Il regroupera la Maison des parcs, le CIAP, le Centre des congrès et l'OT.

Chambéry est la ville du trompe l'œil sur de nombreuses façades et en intérieur dans un édifice majeur : la cathédrale pour l'intégralité de ses décors.

Les expositions temporaires et la programmation culturelle en sont les moteurs

Signalétique

Concernant le MA 30, il conviendrait d'associer au lettrage « ESPACE LANDOWSKI » bien visible et avec les mêmes caractères, sur l'arrondi supérieur ou dans la partie droite du bâtiment façade côté musée : « MUSEE DES ANNEES 30 »

Musée Années 30



Espace Landowski

Innover une signalétique « grand format » en utilisant des murs pignons aveugles au nombre de 3 à titre expérimental, angle d'Aguesseau-Morizet, Carnot Morizet pour le MA 30 et St Denis – J B Clément pour le musée Belmondo. (Nombreux exemples de murs peints à Levallois Perret ou Lyon et dans d'autres villes) :

- Les avenues A.Morizet et JB Clément ont des flux de circulation importants en entrée et sortie de Boulogne. C'est une occasion d'informer les conducteurs de l'existence de ces deux musées avec des compositions picturales illustrant leurs collections tout en signalant leur présence de manière très visible (voir diapositives avec des exemples)

Y associer la fixation de panneaux illustratifs, avec photos (à l'égal de ceux de Versailles ou des grilles du Luxembourg) ou de fresques peintes :

- sur certains murs à l'exemple de la rue de l'Abreuvoir de part et d'autres du musée Belmondo et vers le parc Edmond de Rothschild (par des artistes ou des écoles d'art encadrées,) ce type d'illustrations photographiques ou peintes peut être développé sur la commune en tant que de besoin comme à Versailles (photos qui illustrent et renseignent, sur l'histoire de la ville, les monuments, les métiers anciens ou nouveaux, les événements , les films tournés dans les studios de Billancourt « Point du Jour » ou de Boulogne « Silly » les œuvres artistiques de tous ordres etc...)
- Ces panneaux peuvent tout aussi bien être apposés sur les grilles de squares (Léon Blum par exemple) et jardins municipaux (exemple du Jardin du Luxembourg).
- Et enfin revoir et développer la signalétique conventionnelle (panneaux et fléchage) du patrimoine de la ville pour faciliter le repérage et la visite par les touristes.

** les services de la ville, seraient, dans le cadre de leurs missions, sur le point d'inventorier les « murs pignons aveugles ».

Budget

Ce document correspond à une approche d'un budget qu'il conviendra de faire évoluer par étape. En effet, pour des raisons de confidentialité, nous n'avons pas eu accès aux chiffres précis des rapports d'audit. Le budget ci-dessous a été construit en fonction, d'une part, des prix de marché après consultation de fournisseurs et des analyses de bonnes pratiques d'autre part.

Un budget lié au patrimoine et à la culture déficitaire n'est pas une fatalité et ne doit pas être considéré comme un coût pour la collectivité. La réalisation et l'équilibre d'un tel budget passent, en conséquence, obligatoirement par des plans stratégiques pour tous les projets majeurs tels l'Office du Tourisme, le CIAP, le mécénat et le partenariat.

La relation avec les entreprises susceptibles de contribuer à des opérations de mécénat et de partenariat ne peut pas se faire au coup par coup mais doit être le résultat d'une politique claire, proactive et adaptée. Il convient de développer un réseau d'entreprises partenaires fort. Une étude d'opportunité permettant de donner au mécénat et au partenariat une dimension à la hauteur de la ville est indispensable. Celle-ci permettra, en parallèle, un chiffrage de qualité.

La ville de BB bénéficie d'une mission mécénat aujourd'hui centrée sur le mécénat financier (fiscalement très encadré) qui contribue au développement des parcours et des musées. Cette mission pourrait élargir son champ d'action au développement de mécénats de compétences, de partenariats...

Pour ce qui concerne le quotidien, avant de parler coûts et financement il est nécessaire de préciser l'existant. Comme expliqué dans divers compte rendus de réunion les divers acteurs doivent faire face à des difficultés de fonctionnement. Les processus de décision et de réalisation des projets, de communication... nécessitent une optimisation et une diffusion plus large s'ils existent, sinon ils doivent être rédigés.

Une concertation entre le CRT (Comité Régional de Tourisme), le CDT (Comité Départemental du Tourisme) et l'Office du Tourisme sur la communication (sites internet touristiques, achat d'espace, documentations diverses...) permettrait des gains d'énergie et de budget substantiels. A titre d'exemple il existe 3 bases de données des hôtels.

1. L'office du Tourisme

Outre la convention passée avec la ville, l'OT doit :

a. Quantifier et qualifier ses objectifs.

b. Recruter du personnel expérimenté / motivé pour assurer une permanence 9H/J et 6J/7 : 4ETP (Equivalent Temps Plein) pour un budget de 200K€. Pour les activités commerciales, il conviendrait d'investir dans 2 personnes supplémentaires, ce qui demanderait une avance de trésorerie, estimée à 150K€, remboursable sous 18 mois, de la part de la mairie. A titre d'exemple l'OT de Chambéry est animé par 8 agents dont 4 sont autofinancés.

c. Rechercher en permanence des opérations qui ne génèrent pas de coûts :

- S'approvisionner gratuitement de dépliants et affiches en priorité boulonnais,
- Mobiliser les lieux de vente (librairies, tabac, marchands de journaux et kiosques ...). Une action forte doit être pilotée par la ville pour faire fabriquer et vendre des produits en liaison avec le patrimoine boulonnais dans les différents points que sont l'Office du Tourisme et les musées.

d. S'attacher à trouver des sources d'autofinancement avec un objectif de 200 K€ de recettes:

- Préciser le montant de cotisations des membres (restaurants, commerçants...), ainsi que le nombre de membres.

- Vendre des « pass » multiples en prélevant une commission de 10%. A titre d'exemple le Paris Museum pass est vendu 35€ pour 2 jours et 50€ pour 4 jours. Il donne accès à plus de 60 musées. L'idéal serait de s'intégrer dans ce pass. Il est envisageable de fabriquer un pass Musée des années 30, musée Belmondo, musée Marmottan, jardin et musée Albert Kahn (exploiter la notoriété de ce dernier- tarif 3€) ainsi qu'un pass inter musées pour un parcours lié à la sculpture.

- Installer une zone boutique pour la vente d'objets, articles en lien avec BB : livres sur BB, cartes postales sur la ville (il n'en existe plus) et ses monuments, affiches, magnets, gadgets et objets divers...

- Mettre en place un service réceptif (liens avec la Maison de la France, les tours opérateurs, les agents de voyages...). Compte tenu de la situation de BB les recettes ne sont pas prévisibles à court terme, et resteront modestes au début, mais l'expérience des autres OT montre que l'opération est rentable à moyen terme tant économiquement que pour la notoriété de la ville. Il conviendra de réaliser une étude spécifique des coûts et des ressources.

e. Veiller à l'optimisation des moyens est indispensable compte tenu de l'équilibre difficile de ce modèle: une des personnes de l'accueil doit être le garant de la bonne gestion des liens avec les autres sites de la ville, avec les sites partenaires et assurer la mise à jour quotidienne du site internet.

A titre d'information l'OT de Chambéry gère, avec 8 ETP, un budget de 650 K€ (dont 200K€ en autofinancement). La masse salariale est de 380K€. (cf : fiche en annexe)

Coûts : 200 K€ pour les salaires de 4 personnes

45 K€ de loyer

150 K€ pour la communication (à titre d'information un dépliant 3 volets tiré à 20 000 exemplaires revient à 2 000 euros, un site Internet de type portail qui renvoie vers de nombreux sites est estimé à 40 K€).

Financement :

Taxe de séjour : environ 400K€

Autofinancement : objectif 200K€

2. Le CIAP

Ce n'est qu'un outil au service d'une politique de valorisation et de promotion du patrimoine et justifie donc un investissement. Il génère des coûts et très peu de recettes directes. Les bénéfices retirés sont liés au développement touristique qu'apporte l'appellation.

Le service du patrimoine bénéficie actuellement d'une personne à temps plein dont le financement a été pris en charge par la DRAC. La rédaction d'un projet artistique et culturel (enjeux, objectifs, publics concernés, partenariats potentiels...) est un préalable à tout investissement. Depuis 2005, date d'obtention du label, aucun projet n'a été présenté à la DRAC et il ne peut faire partie de notre mission.

Coûts :

Pour assurer correctement sa mission le CIAP doit s'installer dans un local adapté (environ 300m²) et sécurisé mis à disposition par la mairie et valorisé 50k€ / an.

La création du CIAP nécessitera une présence 6j/7 soit 1 responsable + 2 personnes à l'accueil. En cas d'implantation dans l'espace Landowski certains coûts comme l'accueil pourraient être mutualisés.

Financements :

Pour l'installation BB peut bénéficier du solde de la subvention de la DRAC de 70 K€.

La DRAC peut aider à la mise en place du Comité scientifique constitué d'experts bénévoles.

Le CIAP doit pouvoir mettre en place des partenariats de compétence avec des entreprises boulonnaises des secteurs de la communication, de la technologie, de l'architecture...

Le CIAP pourra tirer quelques revenus de la bibliothèque et de la vente de livres, guides... mais cela restera marginal. Il conviendra d'être sélectif sur le contenu et de construire un partenariat avec des libraires.

3. Le musée des années 30

Dans l'état actuel des choses les dépenses du musée ne sont couvertes qu'à hauteur de 55%.

- a. Par ailleurs, il faut envisager un déménagement car la taille du musée ne permet pas de modifier ce rapport de façon significative pas plus que son développement en toute sécurité.
- b. Disposer de dépliants et affiches... et développer son propre site internet ainsi que des applications liées aux nouvelles technologies

Financement :

Les évolutions budgétaires pourraient se faire dans le cadre d'un partenariat public / privé. Le partenaire pourrait prendre en charge les investissements moyennant une concession de l'exploitation sur une durée à déterminer.

Tout ceci ne peut être chiffré sérieusement en l'état actuel du dossier. Pour sortir de cette impasse budgétaire il est nécessaire de définir une stratégie claire présentable à des partenaires financiers.

Financement complémentaires au budget de fonctionnement:

Elargir la gamme de produits dérivés vendus dans la boutique du musée et dont la fabrication est autofinancée mais implique une avance de trésorerie.

Vendre des packages et des « pass » thématiques conçus en collaboration avec l'Office du Tourisme.

Organiser, à l'image de l'exposition Brigitte Bardot, des événements rentables.

Coûts actuels : 420 000 euros dont 320 000 € de frais de fonctionnement et 100 000€ d'achats d'œuvres.

Financement actuel : 200 000 € pour la ville et 100 000€ de mécénat.

4. Signalétique

- a. Murs pignons aveugles peints :

Coûts et financement: gratuité de l'espace à négocier avec la copropriété des immeubles concernés et faire sponsoriser l'œuvre artistique. Le coût de conception et illustration de l'espace immeuble angle Morizet D'Aguesseau est devisé à 15 K€.

- b. Panneaux illustrés avec des photos : pour 10 emplacements

Coûts : la fabrication des panneaux par les ateliers de Versailles revient à environ 400€ pièce soit un total de 4 000€.

Financement des photos par des partenaires et sponsors.

- c. Restauration des panneaux et des sucettes des parcours années 30 et industriels sur budget de fonctionnement de la ville.

Coûts : non communiqués

Financement : budget de fonctionnement de la ville

5. Les documentations (dépliants, plaquettes, affiches, guides....)

Outils indispensables pour l'ensemble des acteurs des secteurs touristique, culturel et patrimonial sont pour partie édités sur les budgets concernés (OT, musées, parcours...)

Une ligne graphique doit être réalisée.

Coûts :

Dépliant 3 volets (ex pour 20 000 exemplaires) : 2000 euros

Financements complémentaires :

Partager le coût de fabrication des parcours thématiques avec nos partenaires (ex : autres musées pour le parcours des sculptures)

Insérer des publicités ciblées, en priorité locales.

6. Internet

Toute réalisation doit faire l'objet d'un cahier des charges précis et l'organisation du fonctionnement au quotidien doit être définie.

Notre recommandation de portail pour optimiser le référencement et donc la visibilité implique la réalisation de plusieurs sites (OT, Musées, jardins...)

L'extension gratuite aux réseaux sociaux Facebook et Twitter est impérative.

Coûts :

5 à 25 K€ par site et 25 à 40K€ pour le site portail de l'OT.

Financements :

L'investissement doit être autofinancé par chaque acteur qui doit faire appel à la publicité aux partenariats (entreprises, tour opérateurs...)

Le fonctionnement doit être réalisé par le personnel existant.

7. Les applications téléphones intelligents (« smartphone ») pour musées, parcours...

Coûts :

10 à 15K€ par application

Financements :

Publicité, partenariats, sponsoring

Récapitulatif :

OFFICE DU TOURISME	Nombre	Fonctionnement	Recettes Subventions	Investissement	Recettes Subventions
TAXE DE SEJOUR			400 000		
AUTOFINANCEMENT					
Cotisations					
Boutique					
Réceptif					
Sous total			200 000		
LOCAUX LOYER		45 000			
PERSONNEL					
Responsable	1ETP				
Accueil	3ETP				
Sous total	4	200 000			
Réceptif	1ETP				
Evènementiel / promotion	1ETP				
		100 000			
DOCUMENTATION		20 000			
PORTAIL INTERNET				30 000	
TOTAL		365 000	600 000	30 000	
CIAP					
PERSONNEL					
Responsable	1ETP				
Accueil	2ETP				
Sous total	3	150 000			
LOCAUX LOYER		45 000			
AMENAGEMENT				70 000	70 000
TOTAL		195 000	0	70 000	70 000
INTERNET					
Musée des années 30				20 000	
Musée Belmondo				20 000	
Musée Marmottan				5 000	
Réseaux sociaux:Facebook, twitter				gratuit	
TOTAL				45 000	45 000
SMARTPHONE					
Musée des années 30				10 000	10 000
Musée Belmondo				10 000	10 000
TOTAL				20 000	20 000
COMMUNICATION PAPIER					
Dépliants 3 volets	10	20 000			
Plans		20 000			
TOTAL		40 000			
SIGNALETIQUE					
Panneaux photos	10	4 000			
Mur pignon aveugle				15 000	
TOTAL		4 000		15 000	
TOTAL GENERAL		604 000	600 000	180 000	135 000

Extraits d'entretiens (élus et fonctionnaires de la ville).

I. Extraits et analyse de l'entretien avec le maire-adjoint, Pascal Fournier, « chargé de la Culture, du patrimoine, de l'animation culturelle » (24.01.2011)

La politique culturelle vise au rayonnement local, national, international de BB. Elle concourt à la valorisation du patrimoine touristique de la ville.

Les axes de la politique culturelle

Contribuer au rayonnement local, national et international de la ville par des expositions : un exemple-phare, l'exposition *Brigitte-Bardot, les Années Insouciance*, au retentissement médiatique énorme, montée fin 2009 dans une formule de partenariat public-privé avec l'agence Akouna-Production (qui rapporte 20 000 € à la Ville à chaque nouvelle expo) ou d'autres expositions comme la future exposition sur Romy Schneider, l'Art animalier ou sur Gaston Suisse ou des actions telles que le lancement en avril 2011 du *Festival international du film de Boulogne-Billancourt*, « *Le Festival qui donne des ailes* », ouvert par Daniel Auteuil.

Soutenir et développer le patrimoine muséal : les musées municipaux, le Musée des Années 30 (MA 30), le Musée Paul Belmondo, le Musée Paul Landowski (qui nécessite une mise aux normes des conditions d'accueil et de sécurité du public), le musée départemental Albert-Kahn, mondialement connu. Un regret : que la Bibliothèque Marmottan, première bibliothèque européenne pour les études napoléoniennes, reste « confidentielle ».

Élargir l'espace culturel en veillant à la synergie entre tous les arts : arts plastiques, musique, spectacle vivant, danse, et en soutenant l'ambition « nationale » du *Conservatoire de musique à rayonnement régional*, et le rayonnement du TOP et du Carré Belle-Feuille.

Accueillir le projet de lieu de mémoire de Renault dans sa double dimension d'aventure entrepreneuriale et d'expérience sociale ouvrière, et la perspective de pouvoir un jour exposer à BB la brillante collection d'œuvres d'art de la Société.

En ce qui concerne les espaces culturels à développer, en premier lieu, c'est le CIAP qu'il faut créer comme dans toutes villes d'Art et d'histoire, et peut-être prévoir des lieux plus vastes pour accueillir des séminaires dans le cadre du développement d'un tourisme d'affaire.

Valoriser et promouvoir les talents de Boulonnais : avec les Prix divers, Prix de littérature au Salon du Livre, Prix de composition au Conservatoire, Prix de rock ou de peinture, de sculpture ou de photographie ; avec les 5 ou 6 mini-expositions dans l'Espace Landowski de jeunes ou anciens créateurs boulonnais, dans une vision « intergénérationnelle » d'une communauté dynamique et vivante.

Au total, mieux communiquer sur la ville, réveiller l'inconscient collectif des Boulonnais, attirer les visiteurs en mobilisant les professionnels du tourisme, lancer une campagne médiatique, chercher de nouveaux partenaires et financeurs : se donner les moyens de la promotion d'un patrimoine existant considérable, et imaginer de nouvelles formes d'une animation culturelle contemporaine. Pascal Fournier, rédacteur en chef de la revue Échanges de la Fédération Nationale des Collectivités Territoriales pour la Culture (FNCC), défend « une conception humaniste de la politique où tous concourent au progrès de l'humanité et à la promotion de l'héritage culturel commun » (charte FNCC 1998).

II. Entretien avec les acteurs des Affaires culturelles

Ont été consultés : Françoise Bédoussac (Archives), Frédéric Chappey (musée municipaux), Émeric Pinkowicz (Patrimoine) Anne Pasquini et Isabelle William (Affaires culturelles), Juliette Singer (musées).

L'organisation des services et responsabilités de la direction des Affaires culturelles est complexe, mais vécue par ses principaux acteurs comme l'espace d'un travail de coopération collective, dans un climat de bonne volonté partagée. La Direction a en charge, outre un service d'administration générale, une mission de programmation des actions et événements, et la gouvernance de plusieurs institutions ou secteurs d'activités : les Archives, l'animation du patrimoine, les musées, les médiathèques, le Carré Belle-Feuille, le TOP, les cinémas (Théâtre et Cinéma ont un cadre d'autonomie que leur confère une délégation de service public). Une rencontre périodique avec les deux élus permet des échanges et des bilans, et prépare la future programmation, in fine arrêtée par le Maire. Une collaboration éditoriale est suivie avec la direction de la Communication (deux numéros de BBI). Des contacts fréquents avec la direction de l'Office de Tourisme. Tel ou tel membre de l'équipe contribue à des expositions (par ex. commissariat de l'exposition *Billankoursk*), ou à la rédaction de produits éditoriaux (par ex. *Le Guide 2009* (Editions du patrimoine).

III. Des préoccupations si l'on veut valoriser le « patrimoine »

Toute institution culturelle qui atteint un certain niveau de notoriété et de fréquentation réclame pour assumer son développement le bénéfice de l'outillage contemporain d'un site Internet dédié : c'est le cas du MA30, et, semble-t-il, du Carré Belle-Feuille. Le musée départemental Albert-Kahn a ouvert le sien en 2010.

La programmation culturelle est celle d'une « saison », de septembre à juin ; elle est préparée d'une saison en cours à l'autre. Cet espace relativement court permet certes l'achat de produits finis auprès d'agences spécialisées (comme l'expo Brigitte Bardot, ou Romy Schneider bientôt), mais handicape la recherche de partenaires et la négociation pour un co-financement (plusieurs musées, par ex.) ou de mécénats à démarcher. Une meilleure conciliation du temps de travail des professionnels du patrimoine et du temps de la décision publique optimiserait sans doute ressources et énergies.

L'intérêt de la création d'un CIAP (Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine), attendu depuis 2005, est général, tant au sein de la direction de la Culture que dans l'esprit du Maire-adjoint. On souligne qu'il n'est pas seulement « de l'ardente obligation » de la ville d'honorer son inscription subventionnée dans le réseau national des Villes et Pays d'Art et d'Histoire, mais qu'un CIAP, un lieu-mémoire du patrimoine permet de promouvoir une identité complète de la cité, avec une représentation calibrée de tous ses patrimoines, en servant aussi de lieu-d'orientation vers tous les sites ou institutions à visiter dans le paysage urbain, et qu'il ne s'agit pas de dupliquer. Une mobilisation des publics scolaires fait aussi partie de la charte VPAH. Une mission d'étude pourrait être organisée à partir de la fin 2011.

Le service des Archives gagnerait à être mieux connu, car outre qu'il contribue à l'archivage administratif des documents municipaux, il exerce la fonction républicaine de gardien des actes d'état-civil depuis la Révolution et depuis la création d'une mairie à Boulogne : les recherches généalogiques passent par lui. D'autre part, un fonds historique surtout graphique a été constitué, riche de milliers de documents de 1320 à nos jours ; le service alimente les expositions thématiques du patrimoine, et serait en appui du CIAP ; reste qu'un meilleur équipement informatique assurerait une meilleure sauvegarde du fonds numérisé et permettrait de passer à une prestation de réponse en ligne.

En espérant le succès, en juin 2011, du dossier de candidature pour l'inscription au patrimoine mondial de l'Unesco de la résidence-atelier de Le Corbusier, rue Nungesser-et-Coli, qui statistiquement générerait +20% de touristes et favoriserait la valorisation du patrimoine architectural de BB.

La mission du Carré Belle-Feuille pour sa troisième saison semble avoir atteint les ambitions de son ouverture, avec une audience en constante augmentation, plus de 40000 personnes en

2009/2010, notamment sur le créneau original de la musique, de la danse et des spectacles jeune public où il est complémentaire du TOP ; son budget est obéré par les charges de sécurité d'un bâtiment complexe, mais l'accueil de manifestations d'entreprises est prometteur. Reste que les contraintes du dispositif scénique et les 600 places de la salle constituent une limite objective d'expansion.

Pour le Musée des Années 30 : un surcroît de notoriété lui est certes procuré par l'organisation d'expositions dans une thématique plus contemporaine et même futuriste, grâce à « l'espace 2030 ». L'exposition *Brigitte Bardot, Les Années insouciance*, a attiré un nombre important de visiteurs.

Au-delà des événements éphémères, le bilan global de la fréquentation du musée, au cours de ces dernières années montre une augmentation significative des visiteurs non-bouloonnais et étrangers ; mais cette fréquentation reste bien en deçà de l'ambition légitime d'un musée qui a désormais révélé sa véritable identité, son véritable champ de manœuvres muséographique.

Reste que cet élargissement de l'ambition muséographique dans le temps des arts plastiques et de l'architecture, déjà complété par le patrimoine des industries et du cinéma, devrait s'étendre encore à toutes les formes de création : une collection de d'objets « design » a pris place maintenant au MA30, mais il y manque les estampes, les reliures, les tissus, tout le contexte de l'histoire, de la littérature, du mouvement des idées...

L'appel aux prêts, aux dons, aux legs, enrichit le fonds, quelques achats, et il y a les réserves. Mais la place manque, et ne permet pas à ce jour l'expansion rêvée. Sans compter que la conservation de lieux tels que les ateliers de Paul Landowski et de Joseph Bernard, difficilement visitables jusqu'ici et à mettre aux normes de viabilité et de sécurité, reste problématique ; on pourrait en revanche les intégrer dans un espace muséal plus vaste et plus accessible.

IV. Éléments d'analyse du fonctionnement de Boulogne-Billancourt-Tourisme jusqu'en 2010

Il a semblé indispensable, pour comprendre l'ambition actuelle de la promotion touristique à BB, de fixer quelques repères de l'activité du service municipal rattaché à la Direction de la Communication, avant le transfert de ses ressources à l'Office de Tourisme (association loi de 1901) créé le 06.07.2010. La mission générale « étudier et réaliser les mesures tendant à accroître l'activité touristique », « les missions d'accueil et d'information des touristes, ainsi que la promotion touristique de la commune », ont bien été, depuis la création du service en 2002, assumées dans l'ancien statut, et l'objet de rapports d'activité de la Direction de la Communication qui marquent un accroissement sensible des résultats obtenus par l'équipe constituée.

Quelques chiffres : de 3 618 visiteurs en 2002, on passe à 11 000 en 2007, 13 660 en 2008 ; au total la fréquentation de la boutique a augmenté de 2006 à 2009 de 159%, et le nombre de visites guidées de 590%. La distribution de documentation atteint 29 737 produits en 2007, 70 126 produits en 2008, dont 31 329 sur BB, et 12 804 dans les Hauts-de-Seine. Le nombre d'étrangers reçus a progressé en 2008 de 65%, avec plus d'Européens et plus d'Asiatiques. La vente de produits (produits dérivés et visites guidées) a progressé en trois ans de près de 700%, atteignant les 9 000€. Les outils de l'évaluation ont été créés.

La valorisation du patrimoine a amené à créer de nouveaux parcours de visites dans la ville, par exemple pour découvrir l'œuvre d'architectes urbains (Le Corbusier, Fernand Pouillon), à coordonner les intervenants du Parcours des années 30 (chargement sur MP3 en version française et anglaise) ; à développer le réseau des partenaires : diffusion de la carte-programme des visites dans plus de 60 points extérieurs à la ville (la Cité de l'Architecture, le Musée de la Marine, la Cité de la Musique), participation aux salons, coopération avec la réunion des musées nationaux ou la Fondation Le Corbusier ; constitution d'un fichier de

plus de 3 000 contacts destinataires d'offres culturelles (plus de 600 places réservées pour le TOP en 2009).

Des difficultés dans le fonctionnement : si l'emménagement dans le local de l'avenue Jean-Jaurès en 2006 a apporté une amélioration des conditions de travail, et l'affectation de trois personnes a permis une amplitude de l'accueil du public (plus de 50 heures/semaine), la pénurie de documents à distribuer ou à vendre pour rupture de stock, la mauvaise qualité des cartes postales, perturbent depuis 2008, certains titres sont épuisés et non réédités (Parcours des Années 30, Église Notre-Dame, parc Rothschild), à la différence des programmes des spectacles vivants. Pourtant la coopération professionnelle des fonctionnaires municipaux du service avec leurs collègues de la Direction de la Culture est unanimement appréciée, et facilite l'échange des informations.

En revanche, le nouveau déménagement du service - devenu Office - dans l'avenue André Morizet a évidemment créé une perturbation sensible de la demande du public, même si le fichier électronique des contacts continue à bien fonctionner en direction des Boulonnais.

V. La mise en place de l'Office de tourisme de BB à huit mois de la création de l'association.

Des entretiens ont été menés fin janvier-début février 2011 avec Daniel Benharoun, conseiller municipal délégué au tourisme, président fondateur de l'Office de Tourisme, et avec Solange Dorival, Daniel Gaborit, et Frédéric Bongrain, consultant et professeur.

La délibération du 25.03.2010, complétée par celle du 18.11.2010, conformément à la loi du 23.12.1992 et au Code du tourisme, et à la suite de l'instauration de la taxe de séjour au 01.01.2010, a acté la transformation du service BB Tourisme en association, et créé l'Office de tourisme de BB. Une convention triennale (2010-2012) d'objectifs entre la Ville et l'OT a redéfini les missions de l'association. L'Office sera doté de ressources propres (cotisations d'adhérents, produits de vente) et recevra la totalité de la taxe de séjour (moins la part de 10% reversée au département) selon un calendrier annuel approprié. La subvention de reversement de la taxe de séjour annuelle a un caractère limitatif, et doit permettre à l'OT de subvenir à ses frais courants, et en même temps de mettre en œuvre les actions prévues dans le plan d'action arrêté par le conseil d'administration de l'association.

Le cadre juridique de l'association est le plus courant, en ce qui concerne les offices de tourisme des collectivités territoriales, l'EPIC (Établissement public à caractère industriel et commercial) nécessitant le respect des normes de la comptabilité publique. La création de la taxe de séjour est un des moyens d'alléger les charges du budget municipal.

Des ambiguïtés demeurent dans l'état en mai 2011 : en ce qui concerne les personnels, à la suite du CTP du 18.02.2010, deux agents demeureraient à la Ville sur les quatre du service municipal, « le recrutement de deux agents supplémentaires ayant une formation spécifique en matière de marketing touristique, de développement de produits, de compétences en matière de gestion de site Internet et de prospection de nouveaux publics » restant souhaitable à l'avenir.

La Ville (article 7 de la convention) procède à une évaluation annuelle des actions de l'Association, notamment par des réunions organisées entre les représentants de la Ville et ceux de l'Association, au minimum une fois par an. Ces réunions bilatérales semblent distinctes des réunions du conseil d'administration où siègent des membres de droit avec voix consultative. Les premières actions initiées par l'Office avec le soutien d'une agence étant centrées sur des activités de loisir convivial (*afterworks*) et sur l'invention d'un logo spécifique, on s'interroge sur le risque d'un décrochage de la politique culturelle et patrimoniale où se retrouvent les autres acteurs du service public à BB.

Peut-être faudrait-il mieux connecter et de manière permanente les actions de l'Office de tourisme avec les services municipaux (culture, communication et information).

Il faudrait également associer à la valorisation du patrimoine touristique de BB les divers « acteurs de l'animation touristique du territoire (hôteliers, restaurateurs, sociétés d'événements touristiques, agences de voyages...), ce qui devrait conduire à une coopération fructueuse avec les responsables de nos institutions culturelles et de loisirs et les élus en charge de ces secteurs.

Il apparaît également qu'une réflexion approfondie sur l'identité de la Ville (et plus encore si une nouvelle identité doit émerger) nécessite une procédure méthodique et scrupuleuse, avec le concours de la direction de la Communication, sous la responsabilité du Maire, avant d'élaborer, en interne ou avec une agence, une véritable nouvelle ligne de communication. Cette ligne fixerait la déclinaison possible pour un Office qui exerce une mission de service public, au nom de la Ville.

La création en cours d'un site Internet de l'Office de tourisme satisfait dans son principe à une recommandation de ces trois dernières années de la direction de la Communication.

La visite rendue à l'Office de Tourisme de Rueil-Malmaison, au-delà de différences de statut, montre que le souci de la coordination des énergies de la Ville et la priorité donnée à la conquête du public des non-Reuillois y sont mieux servies.

Enfin, il semble bien qu'une meilleure coordination entre les acteurs des différentes composantes du champ de la politique publique, l'animation culturelle et la sauvegarde du patrimoine, la constitution de fonds précieux et la création d'événements, le devoir de mémoire et la promotion des talents d'aujourd'hui et de demain, la culture à l'école et la qualité de la vie à Boulogne-Billancourt, accompagnerait efficacement toutes les recommandations d'actions qui seront faites.

Rencontre avec les directeurs d'hôtel Kyriad prestige et Radisson

(Claude Gasné – Alain Dumont)

Kyriad Prestige : Natacha Poncet - représentante des hôteliers au conseil d'administration de l'Office du Tourisme (5-05-11)) et Radisson : Fabien Gentou (19-05-11).

-Demande forte de plan de la ville telle que déjà réclamée lors de la seule réunion du conseil d'administration de novembre 2010 et telle que promise tout comme un ensemble de plaquettes sur les différents sites de Boulogne (musées, restaurants, à minima) à destination de clients d'affaire ou touristes. (à noter que la publicité Mercure actuelle –TV et Cinéma- se termine par une remise de plan de ville au client).

Le plan de ville est indispensable, c'est la priorité (comme dans la publicité tous les hôtels du monde le remettent à leurs clients).

-Déplore l'absence d'organisation régulière de réunions du conseil d'administration.

Une interrogation : comment le site de l'OT va t'il proposer les hôtels ?

Une présentation dynamique de l'établissement et une demande pressante de liens directs et permanents avec l'office du tourisme à l'instar de ce qui se fait dans de nombreuses communes : ex, à Epinal l'office est informé des disponibilités au jour le jour.

Deux réunions Eductour, organisées par l'OT pour les personnels hôteliers, sont prévues en mai et juin.

- L'Office du Tourisme est moins bien situé qu'auparavant, il devrait donc être mieux signalé.

- Concertation nécessaire avec les services municipaux souhaitée pour besoins en parking d'autobus et une signalétique directionnelle des hôtels est à mettre en place, de manière identifiée.

Fabien Gentou

Reprend systématiquement les points évoqués ci-dessus.

Est au contact des entreprises (la majorité de sa clientèle)

Orienté les clients vers des restaurants de proximité oralement (ni plan, ni plaquette).

A été partenaire du Festival du Film- Fait des chasses au trésor dans BB pour mieux faire connaître la ville à ses collaborateurs. (Implication personnelle, peut-être à reproduire par l'OT ?)

Une action spécifique devrait être rapidement effectuée par l'OT et la Mairie vers ces partenaires essentiels qui sont récepteurs de la taxe de séjour et ne voient aucun signe vers eux, en retour.

L'OT devrait faire campagne auprès des hôteliers, restaurateurs, commerçants pour une « Bienvenue aux Touristes » «Welcome.... » (Sensibilisation et affichage).